جمال العيفة

مؤسسات الإعلام والاتصال

الوظائف، الهياكل، الأدوار





ديوان المطبوعات الجامعية

د. جمال العيفة

مؤسسات الإعلام والاتصال

الوظائف، الهياكل، الأدوار.



مقدمة:

إن الأهمية النظرية والعملية لهذا الكتاب تتجلى من خلال مضمونه (الذي يهدف إلى التعريف بمجموعة من مؤسسات الإعلام والاتصال، من حيث النشأة والظهور والوظائف)، وسنتناول كل مؤسسة من هذه المؤسسات من ناحيتين متكاملتين هما:

الأولى: هي الناحية **البنيوية** حيث سنتطرق إلى هيكلة هذه المؤسسات.

الثانية: هي الناحية **الوظيفية** وتتعلق بوظيفة هذه المؤسسات ودورها في المجتمع الموجودة فيه.

وسنتطرق في الفصل الأول إلى مؤسسات الاتصال القديمة وأولها مؤسسة المسرح كنموذج من الحضارة الإغريقية، ثم مؤسسة دواوين الكتابة خاصة في الحضارة العربية الإسلامية، ثم إلى مؤسسة المكتبات في مختلف الحضارات والأزمنة.

وفي الفصل الثاني سنتعرض لمؤسسات الاتصال الجماهيري الحديثة وأولها وكالات الأنباء، ثم الوكالات الإشهارية، مراكز الإعلام والتوجيه، الصحيفة، الإذاعة والتلفزيون.

وفي نهاية هذا الفصل نتطرق إلى بعض القضايا المتعلقة بإدارة المؤسسات الإعلامية.

وفي الفصل الثالث سنتطرق لمؤسسات الاتصال الحديثة وهي: الأقمار الصناعية، القنوات الفضائية، بنوك المعطيات والانترنيت.

أما الفصل الرابع فخصصناه لمؤسسات الاتصال غير الرسمية وهي: الأسرة، المجتمع، المسجد والمدرسة، مع التركيز على الوظائف الاتصالية لهذه المؤسسات.

مدخل عام لمؤسسات الإعلام والاتصال

مفهوم المؤسسة:

أ – لغة: ورد في معجم لسان العرب لابن منظور في فعل (أسس)[1].

الأس والأسس والأساس: كل مبتدأ شئ.

والأس والأساس أصل البناء، والأسيس أصل كل شيئ، وأس الإنسان قلبه لأنه أول متكون في الرحم، وأس البناء مبتدؤه.

وقد أس البناء يَؤُسه أسا وأسسه تأسيسا.

وأسست دارا إذا بنيت حدودها ورفعت من قواعدها.

ب – اصطلاحا:

المؤسسة بصورة عامة هي تركيبة يبتدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين في المجتمع، فالحب مثلا ظاهرة طبيعية، أما الزواج فهو مؤسسة اجتماعية ويشمل مفهوم المؤسسة على كل التنظيمات القائمة في المجتمع كالزواج والعائلة والملكية والمشروع الاقتصادي والهيئات الدينية والسياسية والقانونية.

ويمكن سرد مجموعة من التعريفات للمؤسسة:

"المؤسسة هي منظمة تجمع أشخاصا ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات لإنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفه"[2].

وتُعرف أيضا بأنها:"جماعة من الرجال والنساء الذين اجتمعوا من أجل بلوغ بعض أهداف إنتاج والتي تتجاوز القدرات الفردية لكل واحد منهم"[3].

كما تُعرف بكونها:"صورة عقلانية لنشاط يقوم به مجموعة من الأشخاص من

أجل تحقيق أهداف مشتركة ومحددة بالاعتماد على نظام تقسيم العمل تحت قيادة سلطة"[4].

كما يرى البعض الآخر أنها مجموعة من العناصر المستقلة وتكون كل هذه العناصر منظمة بدلالة هدف ما وهي تتكون عموما من ثلاثة تحت أنساق أساسية هي:

- **تحت نسق علمي أو إنتاجي:** وهو يضمن الإنتاج الفيزيقي بالمعنى الواسع للحاجات والخدمات وهو لا يضم فقط أنشطة الإنتاج بل وأيضا الأنشطة المتعلقة بالنقل، المحاسبة، الأمانة والبيع.

- **تحت نسق القرار أو القيادة:** دوره هو التقرير، تعديل والسهر على تنفيذ المهام من قبل تحت نسق الإنتاج.

- **تحت نسق الإعلام:** وهو يلبي الحاجات الإعلامية للمؤسسة ويربط بين الأنساق الأخرى، ويضمن أيضا دور الربط بين المؤسسة والمحيط[5].

وباختصار فإن المؤسسة هي مجموعة علاقات اجتماعية منظمة لاحتواء وتنظيم جهود الأفراد من أجل تحقيق الأهداف المشتركة.

ومن الخصائص المميزة للمؤسسات نجد سلطة الإكراه التي تمارسها على أفراد المجتمع ويتحول هذا الإكراه إلى وازع داخلي لدى الفرد فيحترمها ما دامت تعبر في نظره عن القيم والمعتقدات التي يتمسك بها.

2- عناصر المؤسسة: هناك أربعة عناصر رئيسة مرتبطة بالمؤسسة هي:[6]

أ – الأفراد: حيث يعد العنصر البشري أهم العناصر الأربعة مجتمعة فتحقيق الأهداف يمر عبر الاتصال بين الأفراد، وعلى الرغم من التطورات التكنولوجية التي شهدتها المؤسسة لم تتمكن أي مؤسسة لحد الآن من تجاوز دور الفرد، ذلك أن إلغاء دور الفرد يعني إلغاء احتمالات وإمكانيات تطور المؤسسة كما يعني تسييرها بشكل آلي[7].

ب – الأفكار: ذلك أن كل مؤسسة أساس وجودها فكرة تم إنشاؤها بناء عليها ثم تتم صياغة هذه الأفكار في شكل مبادئ وتشريعات تنظم علاقات العمل.

ج – الموارد المادية: حيث تعتبر إحدى أهم ركائز أية مؤسسة، حيث بواسطتها يتم التسيير والتجهيز والتمويل، ولذلك لابد من إيجاد علاقات بينها لتعمل بشكل متجانس.

د – الأهداف: لكل مؤسسة هدف أو مجموعة أهداف تسعى للوصول إليها سواء قصيرة أو طويلة المدى وإلا فقدت المؤسسة مبرر وجودها.

3– الفرق بين المؤسسة والمنظمة:

يحاول كل من مكايفر وبيج في كتاهما الموسوم "المجتمع" الذي نشر في عام 1949م التميز بين المؤسسة (Institution)، والمنظمة (Organisation)، فيقولان بأن المؤسسة هي الإجراءات والأحكام المثبتة والمستقرة التي تميز وتحدد نشاطات الجماعة، بينما الجماعة التي تستعين بهذه الإجراءات والأحكام التي تسير أعمالها وشؤونها هي المنظمة والشخص ينتمي إلى المنظمة ولا يمكن أن ينتمي إلى المؤسسة لأنها تتكون من مجموعة أحكام وإجراءات سلوكية[8].

وتتميز المؤسسة عن السلوك الشعبي حسب وليم كراهام سمنر في كتابه "السلوك الشعبي" كون المؤسسة هي نوع من السلوك المهذب الذي يتميز بالرقي والسيادة ويتميز بالديمومة والوعي العقلي، أما السلوك الشعبي والأعراف فهي نوع من أنواع السلوك التقليدي الذي يبتعد كل البعد عن المبررات العقلية ولا يتميز بالديمومة فهو غير ثابت وتسيطر عليه الغريزة والعاطفة[9].

إلا أن أغلب مؤسسات دول العالم الثالث ومنها الجزائر تعد مؤسسات في وضعية انتقالية، أي المؤسسة التي تشهد تغيرا سريعا نسبيا ولم تتأسس لديها خصائص المؤسسة البيروقراطية العصرية[10].

4- وظائف المؤسسة: تمارس داخل المؤسسة مجموعة من الوظائف أبرزها:

أ- إدارة الإنتاج: حيث تسهر إدارة المؤسسة على تحديد نوع المنتجات الملائمة ومواصفاتها وكمياتها، ومراحل الإنتاج، وخطته الزمنية، ومعايير الأداء وغيرها ولا يهم هنا إن كان المنتج ماديا أو معنويا.

ب - إدارة الأفراد: وهي تتعلق بالعنصر البشري داخل المؤسسة، وتكون وظيفة المؤسسة هنا الحرص على استثمار الموارد البشرية الموجودة لديها وحسن استغلالها والتكفل بانشغالاتها.

ج - إدارة التمويل: وتتعلق بتوفير الأموال اللازمة للقيام بأنشطة المؤسسة وحسن تسييرها من حيث ترشيد النفقات وضبط الحسابات، وتوفير المشتريات وغيرها.

د - إدارة التسويق: وهدفها توصيل الخدمات أو السلعة للجمهور في الوقت المناسب وبالكميات المناسبة وبالجودة المطلوبة والسعر المعتدل.

هـ- إدارة الصيانة: وتهدف إلى الحفاظ على الأفراد العاملين بالمنظمة ومبانيها وكافة محتوياتها وحمايتها من التلف والضياع.

وإذا كانت العناصر المذكورة سلفا تشترك فيها كل المؤسسات سواء كانت إنتاجية أو خدماتية خاصة أم عمومية، فإن مؤسسات الإعلام والاتصال التي تشمل مؤسسات صحفية وإذاعة تلفزيون ووكالات أنباء و دور النشر وشركات إعلانات، مسارح ومكتبات، تتميز بخصوصيات تختلف عن باقي المؤسسات الإنتاجية الخاصة لأن لعملها علاقة بما هو فكري ونظرا لطبيعة المهنة الإعلامية فإن الأهداف والوظائف المذكورة سلفا متحركة.

ومن ثمة فإن إدارة وتسيير المؤسسات الإعلامية تحتاج إلى مهارة تطلب المرونة في إصدار القرارات وسرعة اتخاذها والقدرة على حل المشكلات السريعة والمتلاحقة و المتداخلة بين مختلف الأقسام والمصالح.

ولذلك فهي تتميز بما يلي:

5- خصائص مؤسسات الإعلام والاتصال[11]:

- أنها مؤسسات ثقافية خدماتية بالدرجة الأولى.
- إن العمل الثقافي هو منبع لوسائل الاتصال.
- إن الارتفاع المستمر في الثقافة والاهتمامات المتخصصة وفي مرد ودية العمل والدخل وفي وقت الفراغ، كل هذه القوى تنوه بالطلب المتزايد على الإعلام والاتصال بمختلف أنواعه مما يتطلب إقامة مؤسسات لاستيعاب كل هذا الإقبال الجماهيري.
- يتخذ التنظيم العملي لكل من السينما والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الثقافة آليات صناعية ومن ثم القيام بآليات تجارية كالتسويق والتوزيع.
- يسيطر على العمل الثقافي ومجمل نشاط الاتصال الجماهيري في بعض بلدان العالم منطق المصالح التجارية سيطرة تامة، ويتضح هذا في دخول الكثير من الشركات الكبرى في مجالات النشاط الاتصالي مثل وكالات الأنباء وبنوك المعلومات والمؤسسات الصحفية ودور نشر الكتب ومحطات التلفزيون واستوديوهات الإنتاج السينمائي[12] وهو ما يسمى بعملية التصنيع الثقافي التي هي:"عملية تحويل الأنشطة الثقافية ومستلزماتها أيا كانت إلى منتجات سلعية وخدمية وإيصالها إلى المتلقي وفق معادلة اقتصادية وفنية"[13].

مجتمع المعلومات:

يُقصد بمجتمع المعلومات (Information Society) تلك المجتمعات التي يعمل القطاع الأكبر من حجم القوى العاملة بها في حقل المعلومات فخلال فترة المجتمع الصناعي كانت الغالبية الكبرى من القوى العاملة تتركز في الوظائف الصناعية مثل صناعة السيارات وصناعة الحديد والصلب وكان العنصر المحرك لتلك الصناعة هو الطاقة، فيما نجد في المقابل أن النشاط الأساسي لأولئك

العاملين في حقل المعلومات هو إنتاج ومعالجة وتوزيع المعلومات، إضافة إلى إنتاج تكنولوجيا المعلومات[14].

ومن أمثلة موظفي قطاع المعلومات: المدرسون، العلماء، مبرمجو الكمبيوتر الصحفيون، المذيعون، المديرون و الاستشاريون، هؤلاء الأشخاص نشاطهم الأساس هو المعلومات وليس التعامل مع الأشياء المادية أو إنتاج الغذاء.

ويعتبر دانيال بال أن المجتمع الإعلامي يتميز بالخصائص التالية:

- إنتاج الإعلام بدل إنتاج البضائع، عكس ما كان عليه الحال في المجتمع المصنع، وعليه فإن القوة المحفزة هي سلطة الإعلام بدلا من سلطة الآلة.

- أن توزيع المهن في المجتمع الإعلامي يتجسد في سيادة الفئة المهنية التقنية وأن تطور هذه الفئة ومراقبتها للمعرفة هو ما يجعل المجتمع المعاصر متميزا وفي الوقت الذي كان فيه العامل نصف المؤهل هو المقابل المهني للإنتاج الجماهيري في المجتمع المصنع فإن العامل المهني المختص هو المقابل المهني للثورة الإعلامية.

- تقلص الطبقة العاملة ونمو الجماعات الضاغطة، كما أن اقتصاد الخدمات يتميز بمشاركة واسعة من قبل فئة المرأة.

- أن المجتمع الإعلامي إجماعي، يتميز بتفاعل المؤسسات بحد أدنى من الصراع، وأن النظام قائم على مبدأ المكافأة الإستحقاقية[15].

ويتسم مجتمع أو عصر المعلومات بعدة سمات يجملها علي السلمي في ما يلي:

- أن القوة الدافعة والمحركة الأساسية في مجتمع عصر المعلومات هي إنتاج المعلومات وليس إنتاج السلع المادية.

- أن تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني هي الأساس في عصر المعلومات.

- التزايد في القوة الإنتاجية للمعلومات من خلال الإنتاج الكبير أو الجماهيري للمعلومات وللمعرفة المنظمة.

– إن البيئة التحتية لمجتمع المعلومات هي عدة شبكات من مرافق المعلومات وقواعد وبنوك البيانات، وستحل هذه البنية التحتية محل المصانع باعتبارها رمز المجتمع.

– أن عماد المجتمع هو الصناعات المعتمدة على أن السوق الأهم هو سوق المعرفة، وأن أساس تقدم سوق المعلومات "Knowledge Market" هو توفير أساليب حل المشكلات والمرتبطة بالمعلومات"Related Industries Information".

– أن مركز الثقل الاجتماعي سيكون للعاملين في حقول المعلومات والمعرفة "Knowledge Workers"، وسيكون التعليم والحصول على المعرفة هو أساس التقدم الاجتماعي.

– أن النسبة الغالبة من القوة العاملة في المجتمع تعمل في صناعة المعلومات، وما يتصل بها من مهن ذهنية وخدمات مرتبطة بالمعلومات ومؤسسة عليها[16].

واستنادا إلى عدة دراسات حول مجتمع المعلومات، قام بها باحثون أمريكيون ويابانيون وأوربيون، استخلص وليام مارتن خمسة معايير له يلخصها نبيل علي في:

– **المعيار التكنولوجي**: تصبح تكنولوجيا المعلومات بفضله مصدر القوة الأساسية، ويحدث انتشار واسع لتطبيقات المعلومات في المكاتب والمصانع والتعليم والمنزل.

– **المعيار الاجتماعي**: يتأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة، وينتشر الوعي بالكمبيوتر والمعلومات ويُتاح للعامة والخاصة معلومات على مستوى عال من الجودة.

– **المعيار الاقتصادي**: تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساس، سواء كمورد اقتصادي أو كخدمة أو سلعة، وكمصدر للقيمة المضافة وكمصدر لخلق فرص جديدة للعمالة.

– **المعيار السياسي:** تؤدي حرية المعلومات إلى تطوير وبلورة العملية السياسية، وذلك من خلال مشاركة أكبر من قبل الجماهير وزيادة معدل إجماع الرأي.

– **المعيار الثقافي:** الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات (كاحترام الملكية الفكرية والحرص على حرمة البيانات الشخصية والصدق الإعلامي والأمانة العلمية)، وذلك من خلال ترويج هذه القيم من أجل الصالح القومي وصالح الأفراد على حد السواء[17].

وفي ما يلي جدول يمثل مقارنة بين خصائص المجتمع الزراعي والصناعي ومجتمع المعلومات من خلال عدة معايير، كنوع العمالة وطبيعة الاتصالات الجماعية وغيرها...[18].

الخصائص الأساسية	المجتمع الزراعي	المجتمع الصناعي	مجتمع المعلومات
الفترة الزمنية	10000 سنة تقريبا (ومازالت مستمرة في معظم دول العالم)	250 سنة تقريبا (بدأت عام 1750 تقريبا في إنجلترا)	50 سنة تقريبا(بدأت عام 1955 تقريبا في الولايات المتحدة)
المصدر الرئيس	الغذاء	الطاقة	المعلومات
النوع الرئيس للعمالة	مزارعون	عمال مصانع	موظفو معلومات
مواقع العمل الرئيسة	المزارع	مصانع الحديد	الجامعات ومعاهد الأبحاث
التكنولوجيا الرئيسة	العمالة اليدوية	المحركات التجارية	الكمبيوتر والإلكترونيات
طبيعة الاتصالات الجماعية	إعلام مطبوع في اتجاه واحد	إعلام إلكتروني (راديو، فيلم، تلفزيون) اتجاه واحد.	إعلام متفاعل (اتجاهان).

*** جدول يمثل مقارنة بين خصائص المجتمع الزراعي والصناعي ومجتمع المعلومات***

وقد بلغت صناعة المعلومات شأناً في بلدان العالم المتقدم وفاقت بنسبتها صناعات أخرى أقدم منها و أعرق، و يمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي الذي يبين حجم صناعة المعلومات في أوربا والولايات المتحدة الأمريكية حسب أرقام سنة 1994 (الوحدة: هي المليار دولار)[19]:

قطاع صناعة المعلومات	المجموعة الأوربية	الولايات المتحدة الأمريكية
محتوى المعلومات	186 (%34)	255 (%45)
توزيع المعلومات	156 (%30)	160 (%28)
معالجة المعلومات	193 (%36)	151 (%27)

وقد جاء في دراسة أعدتها المفوضية الأوروبية، أن نمو الصناعات الثقافية قد فاق المعدل العام لنمو العمالة في الاقتصاديات الأوروبية إذ تحققت النتائج التالية:

- في أسبانيا نمت العمالة في قطاع الصناعات الثقافية بنسبة 24% بين عامي 1987 و1994.

- في فرنسا نمت العمالة في القطاع ذاته بنسبة 36.9% بين عامي 1982 و1991.

- في بريطانيا نمت العمالة في هذا القطاع بنسبة 34% بين عامي 1987 و1991.

- في ألمانيا نمت العمالة بهذا القطاع بنسبة 23.9% بين عامي 1980و 1991.

بل أن هذا النمو بلغ 161% في شمال راين – ويستفاليا بألمانيا بين عامي 1980 و1992[20].

6- دمج وسائل الاتصال الشخصية و الجماعية:

أسفرت التغيرات المتسارعة والاكتشافات المتتالية لتكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال عن قرب دمج وسائل الإعلام والاتصال بقناة واحدة يمكن بواسطتها الجمع بين الراديو والتلفزيون والانترنيت والمسجلات في أن واحد تحت مسمى النظام الترفيهي المترلي المتكامل[21].

وما دمنا على أبواب عصر جديد للاتصالات فإن الاختيار يتجه لتكثيف شبكة الاتصال وصنع جهاز إعلامي شامل ومتعدد الوظائف Multi Media من شأنه أن يجمع ويؤدي في آن واحد وظيفة: الكتاب، الراديو، الأسطوانة، الهاتف التلفزيون والحاسوب.

وعندما يتم ظهور هذا الجهاز في السوق فإنه سيدخل تغيرات على كل الطرق التي نتبعها اليوم سواء في تربية وتعليم أطفالنا أو التصرف في أموالنا ورعاية صحتنا وتوسع علاقتنا مع الغير.

ومن خصائص هذا الجهاز مداخله العديدة، ففضلا عن شاشة التلفزيون تجد فيه كل الأشكال التي يتضمنها الحاسوب، إضافة إلى وجود أدوات صغيرة لجيب تترابط فيما بينها وأن تتحول إلى هاتف أو جهاز فاكس.

لا شك أن التأثيرات الاجتماعية لهذه المخترعات والأجهزة ستكون واضحة داخل المجتمعات الغربية وقد قام عالم الاتصال الكندي مارشال ماكلوهان "Marshall Macluhan" منذ مدة بتحليل مختلف هذه التأثيرات من خلال تصورات النظرية للمجتمع الاتصالي كما تصوره في كتابه القرية العالمية "global village" غير أن السؤال الذي يظل مطروحا أين نحن من كل هذه المخترعات والمنجزات المتتالية ؟ وهل سنظل مستهلكين للأجهزة متلقين سلبيين لمضامينها ؟

لذلك فإن التأثير الثقافي لهذا الجهاز ولغيره ينبغي أن يكون محل دراسات اجتماعية معمقة تراعي واقع التطور الاقتصادي والاجتماعي في بلادنا.

الهوامش

1- ابن منظور، لسان العرب، المجلد السادس (بيروت: دار بيروت للطباعة والنشر، 1956)، ص ص 6-7.

2 – ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، (الجزائر: دار المحمدية العامة، 1999)، ص8.

3-Alex Mucchielli, Communication interne et management de crise ,(Paris:Ed. d'organisation,1993.

4- مصطفى عشوي، أسس علم النفس الصناعي التنظيمي، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992), ص35.

5- D.larue A. jacquot, Mchozas, Economie d'entreprise (Paris:Les Editions hachette, 1988) pp7-8.

6- محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1994) ص ص 13-14.

7- محمد أحمد النابلسي، الاتصال الإنساني وعلم النفس، (بيروت: دار النهضة العربية، 1991)، ص ص62-63.

- أنظر أيضا: زياد النابلسي، علم نفس المؤسسات، مجلة الثقافة النفسية، العدد الرابع، 1990، ص ص82-87.

8- دينكن ميتشل، معجم علم الاجتماع، الطبعة الثانية، (بيروت: دار الطليعة، 1986)، ص ص 127-128.

9- المرجع السابق... ص ص 127-129.

10- عزي عبد الرحمان، الإعلام والتسيير في تجربة الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم الاقتصادية، العدد1، 1992 ص ص50-57.

11- فريد عزت، مرجع سابق ... ص ص 16-17.

12- هادي نعمان الهيتي، التصنيع الثقافي وإنشاء سوق ثقافية عربية مشتركة، في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، التصنيع الثقافي وإنشاء سوق ثقافية عربية مشتركة، الدورة الثانية عشرة لمؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، الرياض 16- 22 نوفمبر 2000، ص428.

13- المرجع السابق، ص 16.

14- **www.e-kateb.net**

15- عزي عبد الرحمان، الإعلام والتسيير في تجربة الجزائر...1992، ص ص50-57.

16- محمود علم الدين وأميرة العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي: المبادئ الأساسية وحالات تطبيقية، (القاه0رة: د.دن، 2002)، ص ص62-63.

17- المرجع السابق، ص 64.

18- www.e-kateb.net

19- المرجع نفسه، ص 31.

20- نبيل علي، الثقافة العربية و عصر المعلومات: رؤية لمستقبل الخطاب بالثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة (265)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، (الكويت: مطابع الوطن، 2001)، ص 98.

21- مصطفى المصمودي، على أبواب عصر جديد للاتصالات: جهاز إعلامي شامل، مجلة العربي، السنة السابعة و الثلاثون، العدد 428، يوليو 1994، ص ص 93- 97.

الفصل الأول
مؤسسات الاتصال القديمة

أولا: مؤسسة المسرح:

بعدما تناولنا مدخلا عاما لمؤسسات الإعلام والاتصال سنتطرق إلى أولى هذه المؤسسات وأقدمها ظهورا ألا وهي مؤسسة المسرح، حيث سنتناولها من زاويتين:

– **الناحية الهيكلية:** حيث سنتعرض لمؤسسة المسرح من الجانب البنيوي.

– **الناحية الوظيفية:** وذلك بتحليل الوظيفتين الاجتماعية والاتصالية للمسرح مع التركيز على هذه الأخيرة.

يُعد المسرح واحدا من الألوان الأدبية والفنية المعروفة، بل هو أقدمها ظهورا وأعرقها، حيث ظهر كفن في اليونان ثم في روما القديمة ثم انتقل وعرفته مناطق وحضارات أخرى في العالم، وعلى الرغم من أنه أولى الفنون التي عرفها الإنسان وأقدمها، إلا أنه لا يزال أحد أبرز فنون الاتصال ومؤسساته البصرية، ولم يتأثر كثيرا بظهور وسائل الاتصال الحديثة التي نافسته في الرسالة التي يؤديها.

1- مفهوم المسرح:

أ- المسرح لغة: بالرجوع إلى فعل (سرح) في معجم لسان العرب لابن منظور نجد أن سرح يشتق منها: السرح: أي المال السائم, ويقال السرح أي الذي يُسام في المرعى من الأنعام.

نقول: أرحت الماشية: سرحت سرحا، وكذلك أخرجتها بالغداة إلى المرعى.

والمسرح: مرعى السرح وجمعه مسارح (المكان الذي تسرح إليه الماشية بالغداة للرعي)[1].

ب- المسرح اصطلاحا: هو شكل من أشكال الفنون يؤدَّى أمام المشاهدين ويشمل كل أنواع التسلية من السيرك إلى المسرحيات.

وهناك تعريف تقليدي للمسرح يصفه بأنه: شكل من أشكال الفن يترجم فيه الممثلون نصا مكتوبا إلى عرض مسرحي تمثيلي على خشبة المسرح ويقوم الممثلون عادة بمساعدة المخرج على ترجمة شخصيات ومواقف النص التي ابتدعها المؤلف.

ج- علاقة المسرح بالمسرحية: يتجلى الفرق بين المصطلحين من خلال تعريف كل منهما:

المسرح: هو شكل فني عام أحد موضوعاته النص الأدبي (المسرحية) وهو يتكون من الممثلين والخشبة والأدوار.

المسرحية: هي النص الأدبي الذي يحتاج إلى تقديمه على خشبة المسرح وأمام الجمهور، والعرض المسرحي من أكثر الفنون تعقيدا لأنه يتطلب العديد من الفنانين لأدائه وأبرزهم: المؤلفون والممثلون والمخرج ومصممو الديكور والأزياء ومختلف أنواع الفنانين.

كما تتطلب بعض العروض مصممي رقصات وموسيقى ويسمى المسرح أحيانا الفن المختلط، لأنه يجمع بين كل هؤلاء الأفراد سالفي الذكر بأدوارهم المختلفة.

2- الوظيفة الاجتماعية للمسرح:

إن المسرح كمؤسسة اجتماعية يقوم بمجموعة من الوظائف تكمل المؤسسات الاجتماعية الأخرى في مهامها:

- معالجة القضايا الاجتماعية المختلفة وتناولها بالنقد، لأن المسرح له ارتباط مباشر بكافة هذه القضايا من خلال كونه مرآة حية نرى من خلالها أنفسنا.

- إثارة النقاش الثقافي والفني والاجتماعي وحتى السياسي من خلال طرح القضايا الهامة المرتبطة بالحياة اليومية لأفراد المجتمع وعلاقتهم بباقي المؤسسات.

- يعتبر المسرح منبرا حرا لممارسة النقد الاجتماعي ومجالا للتنفيس عن الهموم اليومية المنبثقة من تعقد الحياة العصرية وتشعب أزماتها وكثرة متطلباتها[2].

3- الوظيفة الاتصالية للمسرح:

تختلف الرسالة الاتصالية في مجال الإبداع الفني عن مجالات الاتصال الأخرى، فهي لا تسعى بالضرورة إلى تحقيق الأثر المباشر، مثل ما يحدث في الوظائف التقليدية للاتصال، بل يحدث الأثر لدى الفرد والمجتمع من خلال تراكم الأفكار التي يطرحها الإبداع الفني من وجهة نظر القائم بالاتصال بوصفه فنانا، وليس بوصفه باحثا أو خبيرا يقدم الحقائق ويفسرها.

ذلك أن الرسالة الاتصالية في ميدان الفن ليست خبرا يصور الوقائع والأحداث بدقة وموضوعية, ولا تحليلا يعتمد على الوثائق والحقائق، بل هي رؤية ذاتية للفنان يعرض من خلالها الواقع[3].

ويشترط الاتصال المسرحي أن يكون المتفرج مشاركا فاعلا في العرض فعملية التحول التي يمر بها الممثل، حتى يتمكن من الدخول في الشخصية ينبغي أن تتكرر في عملية مماثلة في حالة المتفرج و إلا فشل العرض، وذلك عكس الاتصال الإذاعي والتلفزيوني مثلا حيث يكاد ينعدم رجع الصدى[4]، إن مسرحا بلا جمهور هو مسرح بلا قيمة[5].

وتؤدي وسائل الإعلام دورا هاما في تحديد أفق التوقع في المسرح فعندما يبث التلفزيون المسرحيات الهزلية الخفيفة، ذات المستوى الفني المتواضع أو الرديء، فإنها تصنع لدى الجمهور صورة ذهنية مفادها أن دور المسرح هو

الإضحاك، وبالتالي يتأثر تلقيه للأعمال المسرحية، البعيدة عن هذا المفهوم.

ويقوم المتلقي في المسرح بإعادة بناء الأفعال والأحداث، بطريقة تعتمد أساسا على الذات المدركة، وكفاءتها في استقبال الدلالات المختلفة، التي تبثها خشبة المسرح.

ويوجد في المسرح ما يسمى بالشفرة وهي تنقسم إلى قسمين:

الأول: خاص بالتقاليد الفنية الدرامية أي الخاصة بصناعة العرض.

الثاني: يتعلق بالتقاليد الاجتماعية والإيديولوجية والثقافية في مجتمع ما[6].

4- مكونات المسارح الحديثة:

تتكون المسارح الحديثة من العناصر التالية:

أ- الصالة: وهي الجزء الذي يجلس فيه المشاهد خلال العرض، وتسمح الصالة المصممة جيدا للجمهور بالمشاهدة والاستمتاع بسهولة فضلا عن تسيير الخروج والدخول، ويكون داخل الصالة مزينا لكن ليس لدرجة تشغل المشاهدين عن التركيز على العرض من على خشبة المسرح.

ب- خشبة المسرح (الركح): وتنقسم إلى أربعة أنواع:

خشبة المسرح الوجاهية: وهي الأكثر شيوعا, ومصممة لتشاهد من الأمام فقط, ويمكن للموسيقيين الجلوس في هذا الحيز دون حجب رؤية مكان العرض والمشاهدة.

خشبة المسرح المدور: وهي التي يحيط بها الجمهور من الجهات الأربع للمنصة، والتي تكون منخفضة تسمح برؤية كل ما يجري في دائرة الحدث. **خشبة المسرح المرن:** وهو القابل للتغيير في الأمكنة المخصصة للعرض وللمشاهدين حتى يتناسب مع كل عرض.

ج- مساحة خلف الكواليس: وهي المنطقة الواقعة خلف خشبة المسرح والتي يتم فيها تغيير الملابس وجلوس الممثلين في انتظار أدوارهم.

د- غرفة خضراء: لأعضاء وهيئة المسرح.

5- عوامل الإبداع المسرحي:

قبل التطرق إلي العوامل التي تساعد الممثل (القائم بالاتصال) على الإبداع المسرحي، لابد من الإشارة أولا إلى عملية التمثيل و إحدى متطلباتها الرئيسية و هو الارتجال.

التمثيل: يحتوى تاريخ المسرح على مجموعة من الأوائل الذين وضعوا أسس التمثيل المسرحي كإسخيليوس، والتمثيل كغيره من الفنون و العلوم كانت اليونان منشؤه.

والتمثيل ببساطة هو قدرة أحد الأفراد على أداء دور مسرحي معين سواء كبطل أو أداء دور ثانوي يقتضيه السيناريو.

لكن السؤال المطروح: هل يمكن تعلم التمثيل ؟

هناك رأيان للإجابة عن هذا السؤال:

الرأي الأول: يرى أن الممثل يولد ممثلا وأن القضية متعلقة بالموهبة.

الرأي الثاني: يرى أن التمثيل مثله كبقية الفنون في حاجة إلى التدريب والتعليم.

غير أن هناك رأيا ثالثا يجمع بين الرأيين من أجل صنع ممثل ناجح قادر على تبليغ رسالته دون عوائق.

الارتجال: هو أداء تمثيلي مرتجل يكون جزءا من تدريب الممثل أو مرحلة أولية في تكوين دور معين أو جزءا من عرض مسرحي، وقد اعتمد المسرح منذ زمن

بعيد على قدرة الممثل على الارتجال في مواقف معينة، كما يحدث في المشاهد الكوميدية والمسرحيات الدينية، وعندما ظهرت حركات السريالية شجعت التلقائية ورفضت النص الجاهز، مما أدى إلى ظهور حركة الإبداع الجماعي[7].

أما عوامل الإبداع التي تجعل الممثل يصل إلى عقول وقلوب الجماهير فيمكن تحديد أبرزها في ما يلي:

1- التحرر من الإجهاد العضلي غير الضروري، لأن التوتر يعيق انطلاق الجسم والصوت والمخيلة الإبداعية.

2- تركيز الانتباه لأن الممثل عليه أن يبدع وسط حشد جماهيري معين وإضاءة معينة وظروف معينة تستدعي كلها التركيز.

3- وجوب الاعتقاد من طرف الممثل في سلامة الأفعال ومنطقها الفـني لأنه إذا أراد من الجمهور أن يعتقد في أدائه فعليه أن يتخذ سمة الاعـتقاد في الحقيقة الفعلية.

4- "لو" السحرية (المخيلة) حيث على الممثل عندما يتقمص شخصية ما واقعية أن يضع في خلده هذه العبارة السحرية (ماذا لو كنت فلانا ؟).

النقد المسرحي:

سار النقد المسرحي حتى القرن العشرين جنبا إلى جنب مع النقد الأدبي عامة، بعد أن تحددت ملامح هذا النقد في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وأصبح له منهج واضح يسير عليه وكان النقد المسرح قبل القرن العشرين لا يفرق بين الأدب والمسرح.

وشهد القرن العشرين تطورا هاما في كل المجالات خاصة وسائل الإعلام والاتصال، مما جعل النقد المسرحي يعي خواص الفن المسرحي وتنبه إلى أهمية الإخراج والعرض بوصفهما السبيل الأساس لخروج النص إلى حيز الوجود، مما أدى إلى بروز اتجاهين في صفوف النقاد:

أ- الاتجاه الأول: تبنى موقفا تقليديا يفضل من خلاله النص، ولا يرى العرض إلا تعبيرا عن نص أدبي وترجمة له.

ب- **الاتجاه الثاني:** يرى أن النص هو مجرد عنصر من عناصر العرض لا غير، وربما أقل هذه العناصر أهمية، ويرى أن المسرح كله لا يتمثل إلا في الاحتفال الذي يجرى أمام المشاهدين.

ومن جهة أخرى فإن النقد المسرحي أصبح لا يعتمد على منهج واحد بل يأخذ من هذا العلم أو ذاك المادة التي تتلاءم مع خصوصيات المسرح والنظرة الجديدة إليه كفن مستقل عن الأدب يعتمد في المقام الأول على الإخراج والعرض وقد اتسع نطاق هذا النقد بحيث شمل العلوم الإنسانية وأصبح عليه اليوم أن يواكب تطورها السريع.

المسرح العالمي والعربي:

إن بداية ظهور المسرح كانت عند اليونانيين حيث كان أبرز الفنون على الإطلاق في ذلك العصر، وقد عرفت هذه المؤسسة منذ أيامها الأولى العديد من الرواد وأبرزهم عبر العالم حسب الترتيب الأبجدي:

إدوارد ألبي - أرسطو طاليس- أنطون تشيكوف- برنارد شو- بيرتولت – بريخت – ب. إليوت – تنيسي ويليامز- جان بول سارتر – ستراند برغ- صموئيل بيكيت – لويجـي بيرانديللو- ليو تولستوي - ماكسويل أندرسون – هنريك جون إيسن – يوجين أوتشيكو – يوجين أونيل.

أما العرب فيعد المسرح فنا غريبا عنهم، وهم الذين نقلوا معظم فلسفة اليونانيين, ولا سيما آراء أرسطو، ومنها ما جاء في كتابه فن الشعر إلا أن العصر الحديث شهد دخول هذا النوع إلى المنطقة العربية عبر الحملات الغربية أو الانتداب أو الاستعمار، كما حصل مع مصر التي دخلها المسرح سنة 1798م مع حملة نابليون بونابرت، ذلك أن العرب اهتموا أساسا بفني النثر

والشعر، ولما دخل الإسلام اهتموا زيادة على ذلك بالقرآن والسنة وعلوم الحديث وغيرها...

وعلى الرغم من محاولات بعض المسرحيين العرب لتكوين مسرح عربي الهوية إلا أن اندفاع الثقافة المسرحية الغربية القوي أثر بريقها على بعض المسرحيين، وكذا ضعف التجربة الفنية عربيا بشكل عام والقصر النسبي لرصيدها التاريخي الحديث[8].

ومن أشهر رواد المسرح العربي نجد:

أبو خليل الفتاني – أحمد شوقي – توفيق الحكيم-صلاح عبد الصبور-عزيز أباظة – مارون النقاش – نجيب الريحاني – نعمان عاشور- يعقوب صنوع...

المسرح الجزائري:

تحدث مخلوف بوكروح وهو مدير سابق للمسرح الوطني الجزائري عن الإنتاج المسرحي الجزائري حيث تناول المصادر الإنتاجية من خلال:

المسرحيات الجزائرية التي كتبها كتاب جزائريون:

أ– سواء مارسوا الكتابة الأدبية والفنية أو ممثلون أخذوا على عاتقهم مهمة الكتابة للمسرح.

ب– المسرحيات التي لم يكتف فيها المقتبسون بترجمة الحوار، بل ذهبوا في غالب الأحيان إلى تغيير عناوين المسرحيات وأسماء الشخصيات الأجنبية وعوضها بأخرى جزائرية حتى يتخلصوا من الغرابة.

ج– وهي المسرحيات المجزأرة والمتمثلة في تلك الأعمال المؤلفة من قبل كتاب غير جزائريين تم جزأرة حواراتها ونقلها إلى الدارجة مع التصرف فيها أحيانا وهو ما يسقط صفة الترجمة عنها...[9]

أما من حيث الموضوع فإن المسرحيات الجزائرية يمكن تقسيمها إلى قسمين:

الأول: وهو مسرحيات الثورة الجزائرية والحركات التحررية التي قدمت بعضها فرقة جبهة التحرير الوطني في تونس، مثل مسرحية (حسان طيرو) لرويشد.

الثاني: وهو المسرح الخاص بالمسرحيات التي واكبت التغيير الاجتماعي للجزائر في هذه الفترة، سواء كان صراعا اجتماعيا أخلاقيا أو نفسانيا ومحاولة الكشف عن ملامح هذا الصراع الذي أخذ صورة صراع الأجيال.

ولا يلتفت المسرح الجزائري إلى القضايا التي تتصل بالانسياب في مستواه ماهية ووجودا واعتقادا، لأنه لا يرى ضرورة طرح قضايا لا تشكل عند الجزائري أي إهتمام ولا ضائقة، فهي مسائل حسمها الدين ابتداء[10].

وعلى الرغم من الخدمات الجليلة التي قدمها المسرح الجزائري للمجتمع سواء أثناء الثورة أو بعد الاستقلال، إلا أنه لا يزال يرزح تحت طائلة العديد من المشاكل التي همشته، على الرغم من وجود عدة هياكل ومبان وطنية وجهوية تليق لأداء مسرحي رائع، إذا وجدت الرعاية الكافية، وأبرز هذه المشاكل هي:

- غياب سياسة وطنية واضحة في قطاع الثقافة بوجه عام، والمسرح بوجه خاص، على الرغم من وجود النصوص والممثلين المسرحيين البارزين.

- عدم الاهتمام بالمسرح كمؤسسة ثقافية، مما نتج عنه تهميش المسارح والممثلين والنصوص والمبدعين لدرجة العقم.

ومع كل ذلك فإن العديد من وجوه المسرح الجزائري والفرق المسرحية تحاول اختراق جدار التهميش والعزلة، إلا أن ذلك كثيرا ما يصطدم بجدار اللامبالاة من قبل بعض القائمين على هذا القطاع...

الهوامش

1 - جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، المجلد السادس، (بيروت: دار بيروت للطباعة والنشر، 1956)، ص ص 478- 482.

2- حازية فرقاني، المسرح وفعاليته، مجلة المسرح دوت كوم، السنة الثانية يوليو 2003.

3- مخلوف بوكروح، المسرح والاتصال، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية، العدد الأول، (شتاء201- 2002) ص ص149- 160.

4- المرجع السابق.

5- نجيب سرور، حوار في المسرح، (القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 1969).

6- جماليات التلقي في المسرح، مجلة المسرح (دوت كوم)، السنة الثانية، يناير 2003 WWW.MASRAH.COM.

7- فاطمة موسى، قاموس المسرح، (القاهـــرة: الهيئة المصريـــة العامة للكتاب، د ت ن).

* أنظر مرجعا هاما في هذه العناصر:

ديل كارنيجي، فن الخطابة: اكتساب الثقة، (الجزائر: دار الهدى، د ت ن).

8- تيسير عبد الجبار الألوسي، حول هوية المسرح العربي، مجلة مسرحيون، السنة الأولى، 2003.

9- مخلوف بوكروح، المسرح والجمهور: دراسة في سوسيولوجية المسرح الجزائري ومصادره، (الجزائر: د.د.ن).

10- حبيب مونسي، بين المسرحين الغربي والجزائر نصا وتمثيلا، مجلة مسرحيون. MASRAHEOON.COM

ثانيا: مؤسسة الدواوين:

بعد ما تناولنا مؤسسة المسرح في المبحث السابق كإحدى مؤسسات الإعلام والاتصال كنموذج عن هذه المؤسسات في الحضارة اليونانية القديمة سنتطرق في هذه المبحث إلى نظام الدواوين كمؤسسة تم العمل بها كنظام متطور في الحضارة العربية الإسلامية، تماشيا مع احتياجات المجتمع وتوسعه في تلك الفترة، بعدما تم اقتباسها من حضارة أخرى.

وكان ذلك بعد توسع الفتوحات الإسلامية، وبعد ما حاول عمر بن الخطاب رضي الله تعالى عنه تقسيم أموال الغنائم على المسلمين مراعيا في ذلك مراتبهم ومبلغ استحقاقهم، و لكنه لم يعرف كيف يؤدي هذا العمل على أتم الوجوه، فأشار عليه أحدهم من أصل فارسي بإدخال نظام الدواوين الذي سار عليه الفرس لضبط دخل الدولة وخَراجها.

1- مفهوم الديوان:

اختلف في أصل كلمة ديوان هل هي عربية أم فارسية، قال البعض ومنهم سيبويه أنها عربية، ومعناها: الأصل الذي يُرجع إليه.

وقال آخرون ومنهم الأصمعي: بل هي فارسية معّربة ومعناها سجل أو دفتر، وأُطلقت من باب المجاز على المكان الذي تحفظ فيه السجلات وفي ذلك يقول الماوردي: "الديوان موضوع لحفظ ما يتعلق بحقوق السلطة من الأعمال والأموال، ومن يقوم بها من الجيوش والعمال"[1].

غير أن الأرجح هو أن الديوان كلمة فارسية معناها الدفتر أو السجل وأطلق اسم الديوان من باب المجاز على المكان الذي يحفظ فيه الديوان.

وقد استخدم عمر الكّتاب والدواوين ورتبوا الناس طبقات كما تقدم كما أنشأ ديوان الجند لتدوين أسماء الجند، وديوان الجباية أو الخراج لتدوين ما يَرد إلى بيت المال ونصيب كل مسلم من العطاء.

نشأة الدواوين:

أول من أنشأ الديوان عند المسلمين عمر بن الخطاب، أما قبل ذلك فلم يحتج المسلمون إلى أي من التدوين الحكومي سوى كتاب الوحي للرسول عليه الصلاة والسلام والكتاب الذين كتبوا له رسائله إلى ملوك الأمم المجاورة يدعوهم فيها إلى الإسلام.

ولما اتسعت رقعة الدولة العربية الإسلامية وكثرت وارداها تم إنشاء الدواوين.

وذكر المؤرخون رأيين في سبب وضع عمر الديوان وهما:

أ- أن أبا هريرة رضي الله عنه عامله على البحرين، قدم ومعه مال كثير وتعب عمر في قسمة وضبط العطاء، فأشار إليه خالد بن الوليد أو هشام بن الوليد بن المغيرة بتأسيس الديوان وقال: "رأيت ملوك الشام يدونون" ففضل عمر وضع ديوان العطاء أو الخراج.

ب- وقيل إن الذي أشار على الخليفة عمر بوضع الديوان هو أحد زعماء الفرس الذين أسلموا، إذ كان حاضرا في مجلس الخليفة، وقد رآه يرسل جيشا فقال له: "هذا البعث قد أعطيت أهله فإن تخلف منهم رجل بمكانه فما يدري صاحبك (قائدك) به" وأشار عليه بوضع الديوان وفسّره له وشرحه، فأمر عمر بإنشاء ديوان الجند[2].

2- أنواع الدواوين:

انحصرت الأعمال الإدارية في عهد بني أمية في أربعة دواوين و إدارات رئيسة هي:

أ- ديوان الخراج.

ب- ديوان الرسائل: ويشرف صاحبه على الولايات والرسائل التي ترد من الولاة.

ج- ديوان المستغلات، أو الإيرادات المتنوعة.

د- ديوان الخاتم، وقد أنشأه معاوية بن أبي سفيان و كان اكبر دواوين الدولة ويقوم موظفوه بنسخ أوامر الخليفة وإيداعها هذا الديوان بعد أن تخرم بخيط وتختم بالشمع ثم تختم بخاتم صاحب هذا الديوان كما هو الحال اليوم في قسم الأرشيف أو السجلات [3].

وكان الخليفة عبد الملك بن مروان هو الذي وضع النظام الإداري والسياسي للولايات وصبغ الإدارة والمالية بالصبغة العربية، وبتحويله الدواوين إلى العربية تقلص نفوذ غير المسلمين من أهل الذمة والمسلمين من غير العرب ومع ذلك كتبت بعض أوراق البردي باللغتين اليونانية والقبطية.

لقد كان للعرب دواوين رسمية تحفظ سجلاتهم كديوان الخراج والرسائل وغيرهما من الدواوين، وقد كانت تُحفظ فيها الوثائق الرسمية، ويذكر الجاحظ في كتابه: "الحيوان" عن الهيثم بن عدي عن أبي يعقوب الثقفي عن عبد الملك بن عمير أنه قال: "رأيت في ديوان معاوية بعد موته كتابا من ملك الصين فيه..." [4].

3- مسار التدوين عند العرب والمسلمين:

أما عرب الجاهلية فلم يكن هناك شك في معرفتهم للكتابة والتدوين لاسيما في الحواضر كشمال الجزيرة العربية وجنوبها حيث تتوفر الأحجار والصخور التي استخدموها كوسائل سهلت لهم عملية التدوين، فضلا عن عظام أكتاف الإبل والخشب والأدم (الجلد الأحمر المدبوغ) والعسب (جريدة النخل) والرقاع (قطع القماش).

وكان التدوين يقتصر على مقتنيات الحياة الاجتماعية آنذاك كتدوين الصكوك والعهود والأحلاف والمواثيق وغيرها... أما الأعمال الأدبية فلم تكن تدون إلا نادرا لأن الشعر أكثر ما يكون في البادية وفيها قلة قليلة تقرأ وتكتب،

فقد تفشت فيها الأمية لذلك كان اعتمادها الأول على الذاكرة والرواية الشفوية.

ويقال أنه عند مجيء الإسلام كان في مكة سبعة عشر كاتبا، وفي المدينة أحد عشر كاتبا.

وكانت الكتابة العربية آنذاك عارية من النقط خالية من الشكل، أما معارف العرب قبل الإسلام فكانت بسيطة تعتمد على الممارسة والخبرة الشخصية أكبر من اعتمادها على الأسس العلمية، وهكذا كان لدى عرب الجاهلية معارف بسيطة في الطب والأنساب والفراسة، بينما تجلت معارفهم الأساسية في اللغة والشعر القصص والأمثال التي أبدعوا فيها أيما إبداع.

وقد كان تدوين القرآن الكريم فاتحة التدوين الفعلي عند العرب، حيث قام بتدوينه فئة من الكتاب عُرفوا بكتاب الوحي، وكان في جملتهم زيد بن ثابت وعلي بن أبي طالب ومعاذ بن جبل وطلحة بن الزبير وسعد بن أبي وقاص وعثمان بن عفان وحذيفة بن اليمان...

وقد تمت عملية تدوين القرآن الكريم الرسمية في عهد الخليفة عثمان بن عفان بعد الأولى التي كانت في عهد الخليفة الأول أبو بكر الصديق رضي الله تعالى عنه وبعد وفاة العديد من حفظة القرآن الكريم خاصة في حزوب الردة. وفي عهد عثمان بن عفان رضي الله عنه تم تدوين القرآن الكريم في صورته النهائية وشكله المرتب المعروف اليوم.

والشيء نفسه بالنسبة لتدوين الحديث الشريف حيث أمر الرسول صلى الله عليه وسلم بعدم تدوينه في البداية خشية أن يختلط بالقرآن الكريم، لكن بعد وفاته صلى الله عليه وسلم، ووفاة الكثير من حفظة الحديث في الحروب التي أتت بعده وذلك في مطلع القرن الثاني هجري.

وقد كان الكُتاب طبقة محدودة العدد، ذات درجة خاصة لتأهيلهم للعمل وثقافتهم محدودة، وهم شبه منعزلين عن الناس، وإن كانت صلتهم وثيقة برجال الإدارة والحكام.

ومنذ العهود الأولى لتعريب الدواوين بذلت جهود لتنسيق ثقافة كُتاب الدواوين مع الهيكل الثقافي العام، حيث دعا عبد الحميد الكاتب في رسالته المشهورة الموجهة للكتاب أن يتزودوا بالثقافة العربية الإسلامية العامة[5].

وكانت دواوين الخراج ومعاملاته تكتب باللغة الفارسية في المشرق وبالإغريقية في المغرب، كما كان بهاتين اللغتين يُكتب على النقود حتى زمن خلافة عبد الملك الذي أمر بتعريب الدواوين والعملة، واضطر كتاب الخراج إلى الكتابة بها.

وكانت أكثر الأحاديث والمناقشات شفهية تتم بالاتصال الشخصي، لأن مواد الكتابة من الجلود وأوراق البردي كانت غالية الثمن، فثمن قطعة البردي كان درهما في زمن أبي جعفر المنصور، وربما قبله أيضا، وهناك مواد أخرى للكتابة كرقم الطين وسعف النخيل وهي تصلح للتسجيل وليس للكتابة المنظمة التي اقتصرت بالدرجة الأولى على حسابات الدولة ومكاتب الحكام من خلفاء وإداريين[6].

وكان من أهم الدواوين التـــي شملتها عملية التعريب في عصر عبد الملك بن مروان، ديوان الجند، وديوان الخراج، وديوان الرسائل، وديوان المغانم وديوان البريد.

وكان الذي يقوم بإدارة هذه الدواوين الهامة قبل عملية التعريب اليونانيون في الشام والفرس في العراق، والأقباط في مصر، وفي المغرب الكبير الذين يعرفون اللاتينية اليونانية وقد تخلصت عملية تعريب العملة بإلغاء جميع العملات السابقة، واستبدال الدنانير العربية بها، التـــي تبلورت في صورتها النهائية في سنة 77 هـــ/696 م.

أنواع الوثائق المحفوظة في الدواوين:

كما أن أغلب الوثائق التي كان يتم حفظها في الدواوين وثائق سياسية وإدارية، وهذا شيء طبيعي ومتوقع لأن اهتمام المؤرخين الأوائل كان اهتماما سياسيا بالدرجة الأولى، فحفظوا لنا أحداث الملوك والخلفاء ووقائعهم وحروبهم وأعمالهم بتفصيل، على حين أغفلوا النواحي الأخرى للحياة العربية مثل: الأدب والاقتصاد والثقافة والتربية... مما يعطي انطباعا سيئا عن تلك الحضارة.

وتتنوع أنواع الوثائق بين الخطب والرسائل والعهود والمواثيق لأنها بطبيعتها أقرب إلى المفهوم العلمي للوثائق، من الحوارات والمناظرات، وهي صادرة في أغلبها عن الخلفاء أو الولاة أو الأمراء أو المعارضة...(7)

الهوامش

1- أنور الرفاعي، الإسلام في حضارته ونظمه الإدارية والسياسية والعلمية والاجتماعية والاقتصادية والفنية، (بيروت: دار الفكر المعاصر، 1997)، ص 131.

2- المرجع السابق... ص 132.

3- حسن إبراهيم حسن، تاريخ الإسلام:السياسي والديني والثقافي والاجتماعي، الجزء الأول، الطبعة السادسة، (القاهرة: دار النهضة المصرية، 1964)، ص 444.

4- أبو عثمان بن عمرو الجاحظ، كتاب الحيوان، تحقيق عبد السلام أحمد هارون، الجزء السابع، (القاهرة: مطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1943)، ص 113.

5- صالح أحمد العلي، المكونات التاريخية الأولى لوحدة الثقافة العربية في مركز دراسات الوحدة العربية والمجمع العلمي العراقي، وحدة الثقافة العربية وصمودها بوجه التحديات: بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها المجمع العلمي العراقي بمشاركة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الطبعة الثانية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1997)، ص ص 49- 94.

6- المرجع نفسه.

7- محمد ماهر حمادة، الوثائق السياسية والإدارية العائدة للعصر الأموي، الطبعة الرابعة، (بيروت: دار النفائس، 1985)، ص ص 12- 14.

ثالثا- المكتبات:

يمكن تقسيم مصادر المعرفة إلى قسمين رئيسيين:

أ- المصادر المباشرة: وهي التي عن طريقها يصل الإنسان إلى المعرفة بطريقة مباشرة، فيرى بنفسه ويتأمل، ويجري تجاربه ويصل إلى نتائجه الخاصة.

ب- المصادر غير المباشرة: وهي التي تقدم المعرفة من خلال وسائل وأدوات تنقل المعرفة إلى ظلالها وتنقسم إلى قسمين:

- **المصادر المقروءة:** كالكتب بأنواعها المختلفة، ودائرة المعارف والقواميس والصحف والمجلات والدوريات وأرشيف المعلومات وغيرها...

- **المصادر الأخرى:** كالأفلام العلمية والتعليمية والأسطوانات والتسجيلات المختلفة والمصادر غير المباشرة هي التي لها علاقة بالمكتبة بمفهومها المعروف لدينا فماذا عن المكتبة ؟

وقبل التعرض للمكتبة لا بد من التطرق للكتاب الذي يُعد أصل وجود المكتبة.

الكتاب لغة:

بالرجوع إلى مادة (ك ت ب) في معجم لسان العرب لابن منظور نجد:

كتب: الكتاب: معروف والجمع كتب و كتب.

كتب الشيء يكتبه كتبا وكتابا وكتابة.

وعن الأزهـــري: الكتاب اسم ما كتب مجموعا، والكتاب مصدر، والكتابة والكتاب ما كتب فيه[1].

وتعرفه اليونسكو بأنه مطبوعة غير دورية تتكون على الأقل من 49 صفحة عدا صفحات الغلاف، وأما النشرة Pamphalet فهي مطبوعة غير

دورية لا يقل عدد صفحاتها عن خمس ولا يزيد عن ثمان وأربعين صفحة فيما عدا صفحة الغلاف. وقد وضعت اليونسكو هذا التعريف عام 1964 لخدمة أغراض الإحصاءات عن الكتاب في العالم[2].

مكونات الكتاب:

يتكون أي كتاب من المكونات التالية:

1-الغلاف: The Binding

2- القوادم: The Preliminary Pages وتتكون من الورقة الغفل أي الورقة الخالية من الكتابة في أول الكتاب أو آخره، وصفحة العنوان والصورة المقابلة لصفحة العنوان، وصفحة المقدمة وصفحة الرسوم التوضيحية.

3- المتن: Text

4-المواد المرجعية أو المواد المساعدة: The Auxiliary or References وتتألف من الملحق والقاموس والمصطلحات والحواشي إن وُجدت[3].

تاريخ الكتب والمكتبات:

نحاول في هذا الجزء أن نلقي نظرة عن تاريخ الكتب والمكتبات في الحضارات الإنسانية المختلفة، ليس لمجرد السرد التاريخي بل لتوضيح مكانة الكتاب في هذه الحضارات، هذه المكانة التي لم تتزعزع منذ تاريخ طويل يقدر بقرون لابد وأن له أسراره وكوامنه التي جعلته حاضرا في كل العصور والأزمنة والحضارات، على الرغم من المنافسة التي يشهدها الكتاب من قبل وسائل الاتصال الأخرى.

إن السومريين هم الذين خصوا الكتاب بالدور الذي ارتبط به حتى هذه الأيام، أي أن يكون الحافظ للإنجازات الإنسانية الثقافية والتكنولوجية وأن يخدم أيضا الأهداف الرسمية والتعليمية وغير ذلك من الغايات اليومية منذ منتصف

الألفية الرابعة قبل الميلاد حتى بداية الألفية الثانية قبل الميلاد، حيث دونوا الحكايات والأساطير فضلا عن المعاجم والنصوص المتعلقة بالبيطرة والرياضيات وغيرها...

كما أن البابليين الذين لعبوا دوراً في إحياء الكتابة وخاصة في عصر الازدهار الكبير في عهد حمو رابي في القرن 18 ق م توصلوا إلى إنتاج كتابي ضخم تضمن مختلف الموضوعات.

كما أن المكتبة الرسمية في إيبلا تمثل مركزا للوثائق التي تم اكتشافها غرب مدينة حلب بسوريا تحتوي على جزء كبير من النصوص الأدبية والإدارية والقانونية والسلطوية، والشيء نفسه يمكن أن يقال عن مكتبات أوغاريت التي تم اكتشافها قرب مدينة اللاذقية على الساحل السوري.

أما المكتبات في عهد الفينيقيين فأبرزها مكتبات قرطاج الغنية والجيدة للغاية أما مصر القديمة فلم تهتم بالمكتبات سواء الخاصة أو العامة وذلك بسبب الإنتاج المحدود للكتاب وعدم تطور التجارة بالكتب وانحسار الكتابة بالكهنة والطبقة البيروقراطية، كما كانت الكتب تحفظ في المعاهد أو المدارس التابعة لتلك المعابد، ثم في قصور الحكام باستثناء مكتبة الفرعون رمسيس الثاني (1292-1225ق.م) في مدينة طيبة أو مكتبة حوث في الإسكندرية.

ولقد تطورت مكتبة الآشوري (آشور بانيبال) بأبعاد أوسع وأهم مكتبة في الشرق الأوسط، وذلك في فترة حكمه عام 669-627 ق.م.

أما عن الكتاب والمكتبات عند الفينيقيين فنجد أبرز مثال أهم مستوطنة فينيقية في قرطاج التي تقع في تونس حاليا، فقد كان للقرطاجيين مراكز للوثائق ومكتبات جيدة للغاية.

وعلى الطرف الغربي بما يسمى بالهلال الخصيب، وفي الوادي الخصب لنهر النيل تطورت منذ نهاية الألف الرابعة قبل الميلاد الحضارة المصرية العظيمة

التي حظيت فيها الكلمة المكتوبة بمكانة خاصة، فقد كانت معرفة القراءة والكتابة تعني لكل مصري تأمينا ممتازا في المجتمع، ولذلك فقد نصح العجوز (دوا أوف) بحكمة ابنه بيبيا ووجهه إلى المدرسة بأن يحب الكتاب كأمه: "لأنه لا يوجد ما هو أثمن من الكتاب"، وفي الواقع لقد كان الطريق مفتوحا أمام الكاتب الماهر إلى أعلى المناصب في الدولة، إلا أن تعلم الكتابة في مصر القديمة لم يكن بالأمر السهل الذي ينتهي منه المرء بسرعة.

وقد كان المصريون القدامى يقدرون الكتاب ذاته تقديرا يقترب من العبادة، لنقرأ في أحد النصوص رأيا عميقا حول قيمة الكلمة المكتوبة: "لقد مات الإنسان وتحولت جثته إلى مسحوق وأصبح كل معاصريه تحت التراب، إلا أن الكتاب هو الذي ينقل ذكراه من فم إلى فم، إن الكتابة أنفع من البيت المبني ومن الصومعة في الغرب ومن القلعة الحصينة ومن النصب في المعبد"[4].

ويُعتقد أن الصينيين بدأوا منذ الألف الثالثة قبل الميلاد يتوجهون للكتابة وكانوا في عصورهم الكلاسيكية يعمدون إلى الإكثار من الكتب عن طريق النسخ، وتعتبر فترة كونفوشيوص (551-479 ق.م) هي أفضل الفترات حيث وضعت فيها أهم المؤلفات في الرياضيات والطب والأدب وبقية العلوم.

أما في شبه القارة الهندية فقد ظهرت الكتابة في وقت مبكر، ففي الألف الثالثة قبل الميلاد تطورت الكتابة الهندية في المدن الكبرى كموهينو دارو وهاراجا في وادي الهند ونظرا لطغيان الثقافة الشفوية حيث كانت الطريقة الوحيدة لانتقال النصوص الدينية والأدبية والعلمية من جيل لآخر هي المشافهة.

وبالنسبة للمكتبات في الحضارات القديمة للشرق الأقصى مثل الصين والهند فلم يتعرف التاريخ على الكثير من المكتبات في الصين والهند القديمة حيث تذكر المصادر المدونة مجموعات من الكتب في المعابد العائدة لديانات مختلفة ثم في قصور الحكام، إلا أنها كانت مكتبات متواضعة سواء من حيث عدد الكتب فيها أو من حيث مواضيع هذه الكتب.

ومن الغريب أن ثقافات أمريكا الوسطى والجنوبية المتطورة التي كان قد دمرها الإسبان المستعمرون خلال القرن السادس عشر للميلاد، لم تهتم بتطوير الكتاب بشكل يتناسب مع منجزاتها الثقافية الأخرى وقوتها الاقتصادية[5].

ومع ذلك فإن شعوب المايا والأستيك والميكسيتك قد استمروا بتأليف الكتب حتى بعد خضوعهم للأسبان، وقد ألف هذه الكتب حينئذ أفراد الشريحة العليا من المجتمع الذين تعمدوا وتعلموا في مدارس المصلين ولكنهم احتفظوا بالتقاليد الثقافية لشعوبهم، وقد كتب هؤلاء مؤلفات تاريخية قيمة بلغتهم الأصلية ثم بالأسبانية فيما بعد.

ولم يكن الكتاب اليونان والرومانيون على الدوام خلال عهود العصر القديم في مستوى واحد من الاهتمام بتدوين المعطيات التي تتعلق بإنتاج الكتاب وتوزيعه، أما الكتاب الرومانيون فقد كانوا يكتبون أكثر الكتب عن ورق البردي والرق عن بيع الكتب وعن بائعي الكتب، وعن أسلوب توزيع الكتاب...الخ.

كما كانت الكتب الجيدة تحظى بالقراءة العلنية التي يتنافس عليها الكُتاب.

وبالمقارنة مع المكتبات العربية والبيزنطية في العصر الوسيط، التي كانت الواحدة منها تحوي عشرات ومئات الألوف من الكتب، نجد أن المكتبات في أوروبا الغربية خلال العصر الوسيط كانت متواضعة جدا حيث احتوت المكتبة الفنية على عدة مئات من المجلدات فقط (عادة من 300 إلى 500 مجلد).

كما أدت الصراعات الدينية في القسطنطينية إلى تناقض اهتمام الأباطرة والمواطنين معا بالكتاب، فقد كان الوضع المتعلق بالكتاب صعبا وفي ذلك الوقت بقيت المكتبة الإمبراطورية مركز نسخ ورعاية للكتاب[6].

في العصر الهلنستي نجد مكتبة الإسكندرية التي أسسها البطالمة بمصر أهم مكتبات العالم اليوناني – الروماني بالإضافة لمكتبة برغام التي أسسها في نهاية القرن

الثالث قبل الميلاد.م أتال سوتير (214-197)، كما شيد اليونان والرومان كذلك مكتبات ضخمة تقليدا لمكتبة الإسكندرية فضلا عن المكتبات الخاصة.

أما في العصر الوسيط الأوروبي فقد كانت المكتبات توجد في الأديرة والكاتدرائيات والبيوت الخاصة، بينما أخذت تظهر في نهاية هذا العصر المكتبات العامة.

لكن ما ميز أوروبا في العصور الوسطى هو فقدان الكتاب على وجه لخصوص لدور من عدة جوانب كأداة لنقل المعلومات وكان من الطبيعي أيضا أن تفقد المكتبات دورها الاجتماعي إلى غاية القرن الخامس عشر الميلادي.

أما البيزنطيون فقد أسسوا "المكتبة الإمبراطورية" وبقيت تؤدي عملها حتى فتح الأتراك مدينة القسطنطينية سنة 1453م.

وبين القرنين التاسع والثاني عشر بلغت الأمية وسط أوروبا نسبة 95%[7].

الكتب والمكتبات في الحضارة العربية الإسلامية:

لم يؤد العرب حتى القرن السابع الميلادي دورا مهما في منطقة الشرق الأدنى، بينما دخلوا الساحة التاريخية بزخم بعد ظهور الإسلام الذي أسفرت الفتوحات في ظله عن صلات ثقافية للعرب حملة الإسلام والصين والهند وحضارات أخرى.

وحتى القرن الثامن الميلادي، أي إلى أن بدأ العرب بإنتاج الورق كانت معظم الأبيات الشعرية والروايات، وحتى الإنجازات العلمية تنتقل من فرد إلى آخر بالمشافهة.

ومنذ أواخر القرن الثاني للهجرة شهد العالم العربي حركة تأليف وترجمة نشيطين وأقبل الناس على العلم وبرزت ظاهرة حب الكتب واقتنائها حيث يذكر المؤرخون أن عدد دور الكتب العامة بلغ في بغداد عام 891 ميلادي

أكثر من مائة، أودعت فيها الكتب للقراءة الداخلية أو الإعارة للقراءة الخارجية كما كانت هذه الدور أمكنة للبحث والمناظرة، فمكتبة النجف مثلا في العراق، وهي مكتبة صغيرة من هذه المكتبات كانت تحتوي في القرن العاشر الميلادي أربعين ألف مجلد، بينما لم تحو أديرة الغرب آنذاك سوى اثني عشر كتابا ربطت بالسلاسل خشية ضياعها.

وقد أعطى خلفاء ذلك العصر اهتماما بالغا بالمكتبات، بحيث لم يكن الخليفة المأمون بتشجيع من وزرائه ليهدي الجماهير هدية تتفق مع مزاجهم أجمل من إنشائه مكتبة ضخمة في بغداد عرفت بـــ "دار الحكمة".

وبينما نجد الدولة المنتصرة تطلب من الدولة المهزومة تسليمها الأسلحة والسفن الحربية كشرط أساس لعقد معاهدة الصلح، إذ بنا نجد هارون الرشيد بعد انتصاراته في عمورية وأنقرة يطالب بتسليمه المخطوطات اليونانية والشيء نفسه فعله المأمون مع البيزنطي ميخائيل الثالث لما انتصر عليه.

كما أن المستوى الاقتصادي والعقلي والاجتماعي للإنسان في عصرنا الحالي يتطلب امتلاك السيارة والتلفزيون فإن المستوى المعرفي والاجتماعي فيما بين القرنين التاسع والثالث عشر الميلادي كان يقاس بالمكتبة الخاصة.

وما دام الورق هو العمود الفقري للمعرفة الإنسانية فقد أدرك الخليفة المنصور (754م-775م) أهمية وكثرة الحاجة إليه في مختلف الدواوين والمعاهد العلمية والمكتبات، فتهافت عليها العلماء والنساخ والتجار وغيرهم مما اضطر الخليفة إلى التوسع في صناعته خدمة للاقتصاد واستغناء عن البردي المصري وقد أنشأ الوزير البرمكي يحي بن فضل عام 794م أول مصنع لصناعة الورق في بغداد في عهد هارون الرشيد.

ولم تكن بغداد تحتكر وجود المكتبات في العالم الإسلامي إذ أنه وجدت في المدن الأخرى كسمرقند والبصرة وحلب والموصل ودمشق...الخ مكتبات كبيرة وكثيرة.

وكانت مكتبة الفاطميين وحدها تضم مليون وثمانمائة ألف مجلد في حالة جيدة منها 6500 في الرياضيات و18000في الفلسفة [8].

ففي الهند ومع قدوم المسلمين إليها تطور فيها إنتاج جديد للكتاب ترتبط بدايته وثقافة المسلمين بشكل مواز مع استمرار النشاط التقليدي لنسخ الكتب في البلاد.

ويتجلى الاهتمام بالكتب والمكتبات في العالم الإسلامي في العصر الوسيط بظهور ما يسمى بالورّاق الذي ينسخ الكتب، وكان الوراق حلقة الوصل بين العلماء والجمهور، ولم يكونوا يهتمون بالخط الجميل فقط، وإنما كانوا يهتمون أيضا بصحة النسخ ودقة نقل النصوص، ولم يكونوا يقومون بالنسخ فحسب، وإنما كانوا يبيعون الكتب، وكان كثير منهم من أهل العلم والأدب، فالجاحظ المتوفى سنة 868 ميلادي/ 255 هجري كان مؤلفا متعدد الجوانب وعاشقا للقراءة، ونذكر أنه كان يستأجر حوانيت القرّائين ويبيت فيها للقراءة.

وقد خُص الكتاب كصديق وكوعاء للعلم وكوسيلة للنجاح في كل نشاط إنساني، وهو يقص حكايات عن جمع الكتب والنسخ والكتابات القديمة وعن صيانة التراث الثقافي وعن الترجمة بصفة عامة وترجمة الكتب الدينية بخاصة، وعن تحقيق الكتب، وعن الاختلاف بين التراث المكتوب والتراث الشفهي، وعلى مدى تاريخ الإسلام، كان نقل الكتب مشافهة يسير هو الآخر جنبا إلى جنب مع نقلها كتابة، وكثيرا ما كان ينظر إلى النص المكتوب على أنه مجرد تعزيز وتوثيق وتتمة للذاكرة [9].

ولقد أدرك الخليفة المنصور (754-775م) أهمية الورق وكثرة الحاجة إليه في مختلف الدواوين والمعاهد العلمية وتهافت عليه العلماء والنساخ والتجار وغيرهم، مما اضطر الخليفة إلى التوسع في صناعته خدمة للاقتصاد واستغناء عن البردي المصري، وقد أنشأ الوزير البرمكي يحي بن فضل 794م أول مصنع لصناعة الورق في بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد باعتبار الورق هو العمود الفقري للمعرفة الإنسانية [10].

وبينما نجد الدولة المنتصرة تطلب من الدولة المهزومة تسليمها الأسلحة والذخيرة والسفن الحربية كشرط أساسي لعقد معاهدة الصلح، إذ بنا نجد أن هارون الرشيد بعد انتصاراته في عمورية أنقرة يطالب بتسليمه المخطوطات اليونانية(11).

والشيء نفسه فعله المأمون مع البيزنطيين ميخائيل الثالث انتصر عليه حوالي سنة 687م بدأت حركة الترجمة.

كما أن المستوى الاقتصادي والعقلي والاجتماعي للإنسان في عصرنا الحالي يتطلب امتلاك السيارة والتلفزيون فإن المستوى العربي فيما بين القرنين التاسع والثالث عشر كان يقاس بالمكتبة الخاصة(12).

الكتاب بعد اختراع الطباعة:

وبعد اختراع الطباعة (1456م)، ومع انتشار الكتب بعد ذلك أخذ عدد الكتب في المكتبات يزداد بسرعة وأفضل مثال على ذلك مكتبة ديرتيفرينس في بافاريا إذ أن فهرس المكتبة ضم سنة (1848م) 1103 كتابا، بينما ارتفع هذا العدد بعد عشر سنين إلى 1738 كتابا، وقد ارتفع عدد الكتب في مكتبات الملوك والأمراء والمكتبات الخاصة بسرعة أكبر خلال القرن السادس عشر الميلادي، بحيث لم يعد من المستغرب أن تضم مكتبة خاصة لأحد الأفراد العاديين عدة آلاف من الكتب.

وفي غضون مائة سنة تقريبا بعد اختراع يوهان غوتنبرغ للطباعة انهمرت ملايين النسخ من الكتب على كل البلاد الأوروبية وبهذا أصبح الكتاب الوسيلة الأساسية لنشر المعلومات العلمية والتقنية، وبالتالي العامل الرئيس في تطور العلم والثقافة في العصر الحديث.

فالسرعة التي انتشرت فيها المطابع التي تتزايد باستمرار وتخرج فيها الكتب الكثيرة والمتنوعة تدل على الدور الهام للكتاب في تغيير الحياة في ذلك الوقت الحاسم بالنسبة لأوربا ولكل العالم.

وبهذا كانت تتأكد الصلة القوية في ذلك الوقت بين الكتاب والمكتبات من ناحية وبين التطور الاجتماعي والاقتصادي والثقافي من ناحية أخرى فقد كانت هناك صلة وثيقة بين التطور الكبير لإنتاج الكتاب وتوسيع شبكة المكتبات العامة وبين النهوض الاقتصادي والسياسي والثقافي الكبير الذي عاشته أوروبا في ذلك الوقت.

وفي الواقع لم يكن للكتاب أبدا ذلك المغزى الكبير بالنسبة للمجتمع الإنساني ولتقدمه كما كان الأمر في المرحلة التي أعقبت اختراع غوتنبرغ فقد كان كل جديد يطرأ على المجتمع والعلم والأدب يسجل ويحلل ويفسر في الكتب المطبوعة، وهكذا لم تبق هناك ظاهرة اجتماعية مهما كانت أهميتها وخاصة ما يستجد في العالم، دون أن يكتب عنها في كتاب ما، وهكذا فقد أصبح الكتاب من منتصف القرن السادس عشر وحتى نهاية القرن الثامن عشر يملك قوة لم يحلم بها لا غوتنبرغ ولا معاصروه.

وفي الأخير يمكن القول أن الفترة الممتدة بين القرن 16 حتى ق18 تعتبر هامة جدا بالنسبة لتطور المكتبات خاصة في أوروبا نظرا لأن تلك المكتبات في تلك الفترة اغتنت من المكتبات القديمة بشكل لم يسبق له مثيل كما تم تحويل الكثير من المكتبات الملكية والشخصية وغيرها إلى مكتبات وطنية، وقد وضعت في تلك الفترة الأسس النظرية للمفهوم الجديد حول المكتبة كجزء لا يتجزأ من المجتمع وكشرط مسبق للتطور العلمي والاجتماعي[13].

الكتاب الإلكتروني:

يرى المختصون في مجال النشر الإلكتروني أن الكتاب الإلكتروني بدأ يأخذ طريقه نحو القراء، ففي سوق تقدر قيمته بعشرين مليار دولا سنويا تحتل الكتب الإلكترونية أقل من 01% من المبيعات، ويتوقع المختصون أنه بحلول عام 2020 ستصبح تسعة من عشرة كتب إلكترونية، بفضل تطوير أجهزة قراءة الكتاب الإلكتروني (E-Book Readers)[14].

مزايا الكتاب:

ينفرد الكتاب بمجموعة من المزايا يمكن إبرازها في ما يلي:

- أن الكتب المطبوعة بصفة عامة خفيفة الوزن يسيرة الحمل من السهل اصطحابها إلى أي مكان.
- لا تحتاج إلى كهرباء أو إضاءة عند قراءتها إلا عندما يحل الظلام.
- لا تحتاج لتجهيزات إضافية مثل منافذ عرض الفيديو والطابعات.
- لا تحتاج إلى قدر كبير من الصيانة والإصلاح، ولا إلى خبراء إصلاح أو تشغيل.
- قابليتها للاستخدام على الرغم من بعض المؤثرات العرضية كالرطوبة البسيطة.
- تجمع عدد كبير من الأفكار العميقة والمترابطة في مكان واحد حيث يمكن قراءتها متتابعة من البداية إلى النهاية، أو الإطلاع عليها أجزاء[15].
- يشغل الكتاب مكانا صغيرا في المترل، ويسهل حمله إلى أي مكان.
- متابعة المعلومات والمعارض وتجديدها بنشر أحدث الأبحاث ونتائجها في موضوع الكتاب، بإصدار طبعات متتالية منه.
- يعتبر وسيلة مثلى للتثقيف والتعليم ونشر المعرفة الموثقة[16].

أهمية الكتاب:

إن حسن التعلم يأتي من الكتاب، فهو المعلم الأول لكل العلوم، وناقل الثقافة في جميع الوجوه، حتى البرامج المدمجة مأخوذة من الكتاب، وعليه فكل كتاب يصل إلى القارئ له دور السبق والريادة في نقل المعلومة وتسجيلها، ولن تنازعه وسيلة في سرقة لقبه "رائد المعرفة".

وسيظل للكتاب جاذبيته الخاصة حتى لو تفوق عليه الكتاب الإلكتروني بمزايا إضافية لكونه نصاً يقرأ، وصوتاً يسمع، وفيلماً يرى، وتفاعلاً بالحواس كافة: السمع والبصر والفؤاد واللمس، وغيرها من الحواس الداخلة في عملية التفاعل.

صناعة الكتاب ونشره:

تشمل عملية نشر الكتاب ثلاث مراحل تبدأ كلها بحرف التاء وهي: التأليف، التصنيع والتسويق.

وتتكامل هذه الحلقات الثلاث لتسمى في الأخير نشر الكتاب، ومدير هذه الحلقات يسمى الناشر، وأي مرحلة واحدة لا تُعد نشرا[17].

التأليف: يبدأ بفكرة موضوع الكتاب في ذهن مؤلفه الذي يقوم بكتابة هذه الفكرة ويعرضها على صاحب دار النشر.

التصنيع: وتشمل هذه المرحلة، تصميم شكل الكتاب وإخراجه واختيار حجم الكتاب وحجم الحرف ونوعه وإعداد غلاف الكتاب.

التسويق: تبدأ هذه المرحلة عادة بالإعلان عن الكتاب والترويج له بين القراء عن طريق وسائل الإعلام والجامعات.

وفي غالبية الدول العربية تتولى الدولة أو الحكومة الجزء الأكبر من حركة نشر الكتب، وفي كثير من الحالات لا توجد إحصاءات دقيقة وحديثة عن حركة نشر الكتب في الوطن العربي، وإن وُجدت فهي أرقام تقريبية ومُبالغ فيها أحيانا ولا تُعبر عن الواقع.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية يبلغ حجم مبيعات ناشري الكتب أكثر من 8 بليون دولار سنويا، وعدد دور النشر 1750 تقريبا منتشرة في الدولة لكن يتركز أغلبها في مدينة نيويورك، وتقريبا أيضا يبلغ عدد موظفي بعض دور النشر هذه 6500 شخصا، وتمتلك محلات لبيع الكتب في معظم المدن الأمريكية وتوجد أغلب هذه المحلات في الأسواق الكبيرة أو مراكز التسويق الكبيرة في هذه المدن[18].

المكتبة ظاهرة حضارية:

تمثل المكتبة منبعا رئيسا من منابع المعرفة، حيث أنها تجمع بين المصادر المقروءة والمصادر الأخرى.

وعلى مدى التاريخ كله لم توجد المكتبات في أمة من الأمم إلا كنتيجة لوجود أناس يعرفون الكتابة ومواد يكتب عليها وتراث فكري يحرص الناس على اقتنائه وتداوله، ففي اليونان لم تعرف المكتبات إلا ابتداء من القرن الخامس قبل الميلاد كأثر من آثار النهضة الفكرية التي ارتبطت بالمدارس الفلسفية للثلاثة الكبار: سقراط وأفلاطون وأرسطو وكذا بتدفق البردي المصري على بلاد اليونان حينما كانت مصر خاضعة لحكم الإسكندر والشأن نفسه بالنسبة للحضارة العربية الإسلامية[19].

الوظائف الاجتماعية والاتصالية للمكتبة:

للمكتبة وظائفها في أي مجتمع وأبرز هذه الوظائف:

- القيام بعملية الإرشاد القرائي، حيث تقوم المكتبة بدور إرشاد مرتاديها ودراسة ميولهم القرائية، وتنميتها وتوجيهها والتعرف على مشكلاتهم القرائية والعمل على حلها، ولذلك فدورها تعليمي تثقيفي بالدرجة الأولى.

- تأكيد التواصل الحضاري بين الأجيال والأمم عن طريق حفظ الكتب والحرص على سلامتها لتنتقل من جيل لآخر ومن أمة لأخرى عن طريق الترجمة، لأنه لا يمكن لأمة من الأمم أو جيل من الأجيال أن يحتكر المعرفة[20].

أنواع المكتبات:

توجد لدى كل أمة من الأمم مجموعة من المكتبات تؤدي دورا متكاملا وأشهر هذه المكتبات التي ظهرت حديثا استجابة لتطلعات جماهير القراء نجد:

أ- المكتبة المدرسية: كما يتضح من اسمها، ترتبط هذه الفئة من المكتبات بالمدرسة بمراحلها المختلفة من الأساسي إلى الثانوي، وربما كانت أول ما يصادفه القارئ من موارد القراءة الحرة وأبرز وظائف المكتبة المدرسية هو تنمية الوعي القرائي وغرس بعض القيم والعادات الاجتماعية، كما تساعد التلميذ على توسيع مداركه وتنمية قدرته على التحليل والمقارنة والربط[21].

ب- المكتبة العامة: وتسمى هذه الفئة بالمكتبات العامة لسببين: أولهما أنها تقدم خدماتها لجميع فئات المجتمع بلا استثناء بصرف النظر عن مستوياتهم وميولهم وأصنافهم واهتماماتهم الفكرية، وتحتوي أغلبها على كتب متنوعة ومختلفة و ثانيهما أنها تهتم بجميع مجالات المعرفة الإنسانية.

وعادة ما تكون الخدمات المكتبية العامة مسؤولية المجالس المحلية والبلدية وتسمى "مكتبة البلدية" أو المراكز الثقافية كالمكتبات الموجودة في دور الثقافة أو بعض المؤسسات الوطنية والجهوية.

ج- المكتبة الوطنية: وتتكفل الحكومة بتمويلها، حيث أنها تقوم بتقديم خدماتها على مستوى الدولة كلها وللمكتبات الوطنية وظيفتان رئيستان:

أولاهما: المحافظة على التراث الفكري للدولة.

الثانية: خدمة أهداف البحث.

ولأغراض الوظيفة الأولى تقوم المكتبة الوطنية باقتناء واختزان كل ما يصدر بالدولة من أوعية المعلومات أيا كان مكان صدورها.

أما بالنسبة للوظيفة الثانية فإن خدمات المكتبة الوطنية عادة ما تقتصر على الباحثين ممن يحملون دليلا يؤكد مواصلتهم البحث في موضوع معين، كطلبة الدراسات العليا والباحثين بمراكز البحوث والمهتمين بالبحث والتطوير، ويرتبط جميع الإنتاج الفكري الوطني عادة بتشريعات حقوق النشر وقوانين الإيداع، حيث تلزم هذه القوانين، الناشر أو المؤلف أو كليهما متضامنين بتقديم

عدد معين من نسخ أي مادة يتم نشرها للمكتبة الوطنية والأمر نفسه بالنسبة للصحف والنشريات والدوريات.

د- المكتبة الجامعية: وتكون داخل الجامعة المركزية في أغلب الأحيان ولها ثلاث وظائف أساسية مستمدة من الوظائف الثلاث الرئيسية للجامعة، وهي التعليم والبحث وتنمية المجتمع.

فلكل جامعة برامجها الخاصة بالتعليم والتأهيل للمتخصصين، كما أن لها برامجها الخاصة بالدراسات العليا والبحوث الأساسية والتطبيقية[22].

هـ- المكتبة المتخصصة: وهي تلك التي تهتم بالإنتاج الفكري المتخصص في مجال فكري معين، وعادة ما تقتصر الإفادة من المكتبات المتخصصة على العاملين بالهيئة التي تتبعها، ويتركز عملها في التركيز على قطاعات موضوعية معينة لتحقيق قدر من الشمول والتعمق في تغطية الإنتاج الفكري لهذه القطاعات.

المكتبة المتنقلة: هناك العديد من الدول التي تعتمد على نظام المكتبات المتنقلة، خاصة في القرى والأرياف وأحياء المدن الكبرى والمعزولة، وذلك بأن تحمل الكتب على عربة متنقلة مكيفة على شكل مكتبة، وتتم إعارة الكتب للقراءة أسبوعا واحدا في كل حي من الأحياء ثم تواصل العربة تنقلها، ولا يخفى دور المكتبات في فك العزلة عن المناطق البعيدة عن مصادر الإنتاج الفكري، وربط أفراد المجتمع عن طريق تسهيل الوصول على مصادر المعرفة[23].

5- المكتبات الحديثة:

نتيجة لانتشار التعليم بين مختلف طبقات الأمم والشعوب ونتيجة لتطور الطباعة وكثرة ما تخرجه المطابع من الكتب والصحف والنشرات وغيرها من صور النشر الحديثة، أصبح من العسير على أي مكتبة أن تجمع كل ما ينشر على وجه الأرض، مما أدى إلى التخصص في أنواع المكتبات حسب الفئات أو المستويات العلمية والاهتمامات.

ومن أشهر المكتبات في العالم نجد مكتبة الكونغرس الأمريكي وهي الأضخم عالميا حيث تضطلع بمهام المكتبة الوطنية وقد تأسست سنة 1800م وتداول عليها 14 مديرا حتى يومنا هذا، آخرهم منذ 1987م وموقع مكتبة الكونغرس الأمريكي على الانترنيت هو: www.loc.gov

ومن أشهر المكتبات في العالم أيضا نجد المكتبة البريطانية، ونتيجة لبعض الظروف التاريخية والتنظيمات الدستورية نجد الآن ثلاث مكتبات كبرى في بريطانيا؛ فبالإضافة إلى المكتبة البريطانية هناك المكتبة القومية لاسكتلندا في أدنبرة عاصمة اسكتلندا والمكتبة الوطنية لوايلز (بلاد الغال) التابعة للمملكة المتحدة وفي اليابان تقوم مكتبة البرلمان الياباني بمهام المكتبة الوطنية.

أما في فرنسا فنجد المكتبة الأهلية كما نجد مكتبة لينين في روسيا، وهذه كلها من أقدم المكتبات القومية في العالم، حيث تستعمل الآن نظما متطورة جدا في التخزين والأرشفة والاسترجاع والإعارة وباقي الخدمات المكتبية(24).

الكتب والمكتبات في الجزائر:

تمتلك الجزائر على غرار العديد من دول العالم مكتبة وطنية مقرها بالحامة بالجزائر العاصمة، من أبرز مهامها المحافظة على التراث الوطني، وتطوير المعارف والمساهمة في بعث المشروع الثقافي الوطني، كما أقامت الجزائر العديد من المكتبات الجامعية التي يأتي على رأسها المكتبة الجامعية بالجزائر العاصمة فضلا عن مكتبة جامعية في كل جامعة أو مركز جامعي.

تعاني المكتبات الجزائرية وعلى رأسها المكتبة الوطنية العديد من المشاكل منها ما هو متعلق بسياسة الدولة الجزائرية في القطاع الثقافي مثل ضعف الميزانية المخصصة لوزارة الثقافة، والتي وصفها مدير المكتبة الوطنية الجزائرية بالهزيلةفالمكتبات البلدية لا يتعدى عددها 180 مكتبة على المستوى الوطني، بعدما كانت الجزائر تمتلك 620 مكتبة سنة 1962 تهاوت كلها وما نجا منها صار عبارة عن قاعات عمل.

كما تشهد المكتبات الجزائرية تأخرا فظيعا في استخدام الإعلام الآلي وفي ربطها بشبكة الانترنيت، إضافة إلى عدم وجود العدد الكافي من الكتب والمراجع الحديثة التي تواكب التطور العلمي والتكنولوجي.

أما الكتاب فيعاني هو الآخر من عدم وجود سياسة وطنية جادة للنشر والتوزيع، فضلا عن عدم تشجيع الباحثين والكتاب والمبدعين، ما عدا بعض المحاولات المحتشمة من قبل وزارة الثقافة التي أنشأت صندوقا للإبداع يصعب الاستفادة من موارده لغير المحظوظين...

وتسعى مديرية المكتبة الوطنية الآن إلى فتح ملاحق للمكتبة الوطنية في العديد من الولايات والمدن، فكانت الملحقة الأولى بمدينة فرندة ولاية تيارت، والثانية بمدينة بجاية، كما أن هناك مشروع لبعث سبع ملحقات جديدة[25].

الهوامش

1- جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، (بيروت: دار صادر للطباعة والنشر، دار بيروت للطباعة والنشر، 1995)، ص ص 698- 702.
2- أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية، (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982)، ص ص98 – 99.
3- جين كي غيتس، دليل القارئ والباحث لاستخدام الكتب والمكتبات، ترجمة عبد الرحمان عبد الله الشيخ، (الكويت: دار البحوث العلمية، 1979)، ص ص 54-57.
4- ألكسندر ستيبسيفيتش، تاريخ الكتاب، القسم الثاني، ترجمة محمد.م، الأرناؤوط سلسلة عالم المعرفة (170)، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1993)، ص 17.
5- المرجع السابق، ص33.
6- المرجع نفسه، ص37.
7- زيغريد هونكه، شمس العرب تسطع على الغرب: أثر الحضارة العربية في أوروبا، ترجمة فؤاد حسنين علي، (الجزائر: دار البعث، 1986)، ص 297.
8- زيغريد هونكه، شمس العرب تسطع على الغرب... مرجع سابق ص 297.
9- الكلمة المكتوبة كوسيلة للاتصال في منطقة الشرق الأوسط، في جورج عطية (محررا)، الكتاب في العالم الإسلامي: ترجمة عبد الستار الحلوجي، سلسلة عالم المعرفة، (297)، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2003)، ص ص 11-12.
10- المرجع السابق، ص 28.
11- المرجع نفسه، ص280.
12- المرجع نفسه، ص290.
13-ألكسندر ستيبيسيفيتش، تاريخ الكتاب... مرجع سابق، ص 262. حول تاريخ الكتب والمكتبات أنظر أيضا:
* جين كي غيتس، دليل القارئ والباحث لاستخدام الكتب والمكتبات ... مرجع سابق ص ص 16-51.
14- موقع: www.Ekateb.net

15- حسن عبد الرحمان الشيمي، القراءة في عصر المعلومات، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001)، ص ص 17- 18.

16- محمد عبد الرؤوف كامل، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس: مفهومه، نظرياته، تاريخه، نماذجه، أساليبه، وسائله، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1995)، ص138.

17- شعبان عبد العزيز خليفة، حركة نشر الكتب في مصر: دراسة تطبيقية، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، 1974)، ص 138.

18-Agee, Warren., Ault, Phillip H. And Emery, Edwin, Introduction to Mass Communication, New York, Harper And Row Publishers, 8 th. Edition, 1985, pp171-172.

19- عبد الستار الحلوجي، دراسات في الكتب والمكتبات، (جدة: مكتبة مصباح، 1988)، ص16.

20- المرجع السابق، ص17.

21- حشمت قاسم، المكتبة والبحث، (القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1993)، ص ص15- 18.

22- المرجع السابق... ص ص18-22.

23- المرجع نفسه، ص ص 22-23.

24- المرجع نفسه، ص 23.

حول موضوع المكتبات أنظر أيضا:

* مدحت كاظم وأحمد نجيب، التربية المكتبية، (القاهرة: دار غريب، د.س.ن).

25- أنظر الحوار الذي أجرته جريدة الشروق اليومي مع مدير المكتبة الوطنية الجزائرية: أمين الزاوي، العدد 4208، (2004/10/04).

الفصل الثاني
مؤسسات الاتصال الجماهيري الحديثة

أولا: وكالات الأنباء

1- مفهوم وكالات الأنباء:

تُعرف وكالات الأنباء بأنها منظمات أو مؤسسات أو هيئات وظيفتها جمع الأخبار والصور والموضوعات الصحفية من مختلف مناطق العالم وصياغتها وبيعها لوسائل الإعلام الجماهيرية، مثل الصحف والمجلات والسينما والراديو والتلفزيون، وكل من يشترك في خدمات هذه الوكالات مثل بعض الأخبار أولا بأول، ما دامو قادرين على دفع الاشتراك في خدمات الوكالة أو الوكالات[1].

واتخذت وكالة الأنباء اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف وهي بمثابة جمعية تعاونية تشترك فيها الصحف وغيرها من وسائل الإعلام لجمع الأخبار وتوزيعها لأن كل صحيفة بمفردها لا تستطيع أن تقوم بهذا العمل، ولابد من المشاركة في النفقات[2].

نشأة وتطور وكالات الأنباء:

لما كانت تكاليف الاستعانة بالأقمار الصناعية وغيرها من التكنولوجيات الحديثة لجمع الأخبار باهظة التكاليف وغير متاحة للجميع، بل هي فوق طاقة الوسيلة الإعلامية الواحدة مهما كان تعدادها، استلزم الأمر إنشاء الاتحادات والوكالات والجمعيات التعاونية من قبل مجموعات من الصحف ووسائل الإعلام بجمع الأخبار والصحف والموضوعات الصحفية وبثها أو توزيعها على المشتركين فيها بأسعار أو تكاليف في متناول الصحف والإذاعات، ومن هنا برزت الحاجة إلى إنشاء وكالات الأنباء أضف إلى ذلك تكاليف تعيين مراسلين في مواقع الأحداث.

وأول من ابتكر اسم وكالة الأنباء هو شارل لويس هافاس Charles Louis Havas المولود في عام 1780، فقد افتتح مكتب الاتصالات والمراسلة في باريس وأسماه وكالة هافاس، قاصدا منه إيجاد الأخبار كتقارير واقعية صحيحة وسريعة عن الأحداث وليس كشائعات أو تلاعب بالأفكار، وقد طور هافاس مكتبة إلى وكالة أنباء عام 1835 و رفع شعار "الإعلام من أجل الإعلام"[3].

أسباب ظهور وكالات الأنباء:

تتعدد أسباب ظهور وكالات الأنباء ومن أبرزها:

1- تكاليف جلب الأخبار، وهو سبب اقتصادي يخص بالدرجة الأولى المؤسسات المهتمة بالأخبار، وعلى رأسها وسائل الإعلام المختلفة.

2- تطور الفن الصحفي في منتصف القرن التاسع عشر، وازدياد أهمية الأخبار بالنسبة للصحف وتنوع مادة الأخبار، فقبل ذلك كان اهتمام الصحف منصبا على المقالات وبجانبها الأخبار بنسبة أقل.

3- تنوع مصادر الأخبار الرئيسة، فلم تعد تقتصر على المقاهي والأسواق والبورصة بل تعددت لتصبح الأماكن التي تحدث فيها الوقائع كالشركات والوزارات والحكومات والمنظمات الدولية، ولم يعد الخبر يقتصر على تغطية الجوانب السياسية والاقتصادية فقط، وإنما أصبح يشمل فضلا عن ذلك الأخبار المحلية والرياضية والاجتماعية والثقافية والإنسانية الطريفة وأخبار الحوادث[4].

وكالات الأنباء العالمية القديمة:

نظرا لأهمية جمع ونقل وتوزيع الأخبار ظهرت الحاجة إلى وكالات متخصصة، فكانت وكالات الأنباء التي اتخذت اسمها من طبيعة عملها كوكيل أو ممثل للصحف، وترجع بداية تاريخ وكالات الأنباء إلى نهاية عشرينيات القرن التاسع عشر.

وأبرز هذه الوكالات على المستوى العالمي هي:

– **وكالة هافاس:** أنشأها الفرنسي المجري الأصل (هافاس شارل هافاس) بباريس سنة 1835، واقتصر الاشتراك فيها منذ البداية على رجال السلك الدبلوماسي وكبار التجار ورجال الأعمال والمال، لأن الصحافة آنذاك كانت تعتمد على المقال، لكن بعد سنة ونظرا لميل القراء للأخبار بدأت الصحف تعتمد على بالدرجة الأولى على وكالات الأنباء، وكانت نقطة انطلاق لأكبر وكالتين أوروبيتين.

– **وكالة وولف:** أنشأها "برنارد وولف" سنة 1849 وانفردت بتغطية ألمانيا النمسا، المجر واسكندنافيا.

– **وكالة رويتر:** أنشأها "جوليو رويتر" سنة 1851 بلندن أين أصبحت الممون الرئيسي للجزر البريطانية وهولندا وأمريكا الشمالية والشرق الأقصى ومناطق الانتداب البريطاني.

وقد شكلت هذه الوكالات الأوروبية الثلاث قوة إعلامية احتكارية رائدة حتى أوائل القرن 20 تاريخ تدخل الوكالات الأمريكية حيث تم إنشاء وكالة (نيويورك أسوشيايتد براس) Associated presse International (UPI) واليونايتد براس أنترناسيونال N.A.P سنة 1857، أما الإتحاد السوفيتي سابقا فقد أنشأ سنة 1925 وكالة (تاس TASS) [5].

أما في فرنسا فقد تم إنشاء وكالة الأنباء الفرنسية (A.F.P) سنة 1944 وتعتبر هذه الوكالات الخمس أكبر الوكالات الدولية العاملة حاليا والمحتكرة لجمع ونقل وتوزيع الأخبار على مختلف الصحف والإذاعات والتلفزيونات العالمية.

أما أول وكالة أنباء عربية فهي (سونا) السودانية، التي أنشئت سنة 1946 تلتها عدة وكالات عربية أخرى أنشئت في الخمسينيات أبرزها وكالة أنباء الشرق الأوسط المصرية (أ.ش.أ) سنة 1956.

فيما تأسست وكالة الأنباء الجزائرية بتونس قبل أن تنتقل إلى الجزائر بعد الاستقلال سنة 1962.

وتعتمد وكالات الأنباء في جمع وتوزيع الأخبار على هياكل قاعدية ووسائل تقنية وطاقم بشري متخصص وموارد ضخمة وتنظيم متواصل للعمل ليل نهار دون انقطاع كما تؤدي دورا هاما في الترويج لسياسات الدول التابعة لها تجاه السياسات العالمية المختلفة.

وبعد سقوط الإتحاد السوفييتي وتفككه في بداية التسعينات من القرن الماضي تغير اسم وكالة "تاس" ليصبح "إيتار تاس" وذلك اعتبارا من سنة 1992، وأن إيتار هي الأحرف الأولى من وكالة الأخبار التلغرافية لروسيا، وأنه تم الاحتفاظ باسم (Tass) القديمة كعلامة تجارية، لكنها لا تزال مملوكة للحكومة الروسية ويعمل بها حوالي 2000 إعلامي وموظف ولها 64 مكتبا داخل روسيا ودول الكومنولث، و62 مكتبا في 59 دولة(6).

وكالة الأنباء الجزائرية (A.P.S):

النشأة والتطور: أنشئت وكالة الأنباء الجزائرية Algerian News Agency بالإنجليزية أو Algerie Presse Service بالفرنسية اختصارا للرمز (A.P.S)

يوم أول ديسمبر 1961 في خضم حرب التحرير الوطني لتكون سفيرا لها على الساحة العالمية, وقد كانت وسائل الإعلام الأجنبية تستغل أخبار وكالة الأنباء الجزائرية الأولى، وهي تسحب عبر آلة السحب التقليدية "الرونيو" وكانت تحمل ألوان العلم الوطني.

وفي 19 نوفمبر 1985 أصبحت (و.أ.ج) مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي واجتماعي ثقافي قبل أن تصبح يوم 20 أفريل 1991 مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري.

وفي أول جانفي 1994 شرعت لأول مرة في نظامها التحريري المعتمد على الإعلام الآلي، وفي 25 أفريل 1995 بدأت تبث أخبارها آليا.

ودشنت يوم 18 فبرا ير 1998 موقع انترنيت خاصا بها بعد أن كانت تبث صفحاتها من خلال مركز الدراسات والأبحاث في الإعلام العلمي والتقني لمدة أكثر من سنة.

وفي 05 جويلية 1998 بدأت الوكالة في بث صفحاتها باللغة العربية ومنتوجاتها عبر الانترنيت(7).

المهام والخدمات والهياكل:

تؤدي وكالة الأنباء الجزائرية وفقا لوضعها القانوني الجديد (91/104 ليوم 20 أفريل 1991) مهمتها المتمثلة في الخدمة العمومية بتطوير المنتوج الإعلامي العام والمتخصص ذي الطابع السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي خاصة للتعريف بأعمال وإنجازات الجزائر.

وتقدم الوكالة باللغتين العربية والفرنسية خدمات إعلامية سياسية واقتصادية واجتماعية، وكذا أخبار ثقافية ورياضية ومتفرقات من مصادر متعددة ومتنوعة موجهة إلى مختلف وسائل الإعلام: الصحافة المكتوبة والسمعية والمصورة والمؤسسات الوطنية وكذا الممثليات الدبلوماسية والأجهزة الأخرى.

وتقدم (و.أ.ج) أيضا خدمة إعلامية اقتصادية موجهة خاصة إلى المتعاملين الاقتصاديين.

ومن الناحية الهيكلية تضم الوكالة الأقسام التالية:

- **قسم التحرير المركزي:** يجمع ويعالج الأخبار من قبل اثني عشرة (12) رئاسة تحرير: سياسي واجتماعي وثقافي ورياضي وتحاليل وجهوي وتحقيقات واقتصاد وبنك معلومات وقسم دولي وترجمة وانترنيت.

وعلى مستوى الجهوي يتم جمع هذه المعلومات عن طريق شبكة مراسلين منضمين في اثنتي عشرة (12) تنسيقية تغطي جميع التراب الوطني وهي:

- الجزائر العاصمة.
- وهران: وتضم مستغانم وغليزان ومعسكر وأرزيو.
- عنابة: وتشمل قالمة، وسوق أهراس، الطارف وتبسة.
- باتنة: وتضم خنشلة وأم البواقي وبسكرة والمسيلة.
- قسنطينة: وتضم جيجل وميلة وسكيكدة وبرج بوعريريج وسطيف.
- البليدة: وتشمل المدية والشلف وعين الدفلى وتيبازة والجلفة.
- تيزي وزو: وتضم البويرة وبومرداس وبجاية.
- تلمسان: سيدي بلعباس وعين تيموشنت ومغنية.
- ورقلة: وتتضمن غرداية والأغواط والوادي وحاسي مسعود.
- سعيدة: وتضم النعامة والبيض وتيارت وتيسمسيلت.
- تمنراست: ويشمل إليزي وجانت وبرج باجي مختار.
- بشار: ويشمل أدرار وتندوف[8].

المستوى الدولي:

أما على المستوى الدولي فإن وكالة الأنباء الجزائرية ممثلة في اثنتي عشرة عاصمة دولية هي:

- واشنطن — موسكو — باريس - لندن - بروكسل — روما — مدريد — القاهرة — الرباط - تونس -عمان - داكار.

وتمثل حصة (و.أ.ج) 30 بالمائة من مجموع الإنتاج الإخباري للصحافة الوطنية المكتوبة التي تمثل أحد المستعملين الأساسيين لمصالح أخبار الوكالة مثلها مثل التلفزيون وقنوات الإذاعة الوطنية.

وتبث الوكالة أربعة وعشرين ساعة على أربعة وعشرين ساعة ما يقارب 500 برقية (100 ألف كلمة) يوميات يجمعها ويعالجها الصحفيون الموزعون

الهوامش

1- محمد عبد الرؤوف كامل، مقدم في علم الإعلام والاتصال بالناس: مفهومه، نظرياته، تاريخـــه، نماذجه، أساليبه، وسائله، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1995)، ص255.
2- إبراهيم إمام، ومحلات الأنباء، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1972)، ص27.
3- المرجع السابق... ص ص46-47.
4- المرجع السابق ... ص ص 2-26.
5- محمد عبد الرؤوف كامل, مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس ... مرجع سابق ص ص 261-262.
6- المرجع السابق ... ص262.
7- www.APS.dz
8- المرجع السابق.
9- المرجع نفسه.

ثانيا: وكالات الإشهار (الإعلان)

من خلال هذا الجزء نحاول التعرض للوكالات الإشهارية من حيث النشأة والظهور والمفهوم، ثم لمهام مثل هذه الوكالات كمؤسسات اتصال وأبرز الوكالات الإشهارية في العالم، ثم إلى الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بالجزائر.

وقبل ذلك سنتطرق للعملية الإشهارية من خلال مفهوم الإشهار ووظائفه.

1- مفهوم الإشهار:

ورد في القاموس المحيط لسان العرب: الإعلان: المجاهرة، وعلانية فيما إذا شاع وظهر.

والإعلان في الأصل هو إظهار الشيء.

والإعلان هو: "الجهود غير الشخصية التي يُدفع عنها مقابل بواسطة ممول معين لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات وترويجها"[1].

والإعلان قديم قدم الاتصال بين البشر ذاته، فأقدم إعلان موجود حاليا هو ما وجد على لوحة من الطين حوالي 2000 سنة قبل الميلاد في بابل، فكان الإعلان تلك اللوحة يتحدث عن بائع لمرهم وخطاط وصانع أحذية، وما اللافتة التي يضعها صاحب المحل أو السوق على واجهته إلا أحد أشكال الإعلان، ومثل تلك اللافتات أدت إلى صدور قانون في انجلترا سنة 1614 لتنظيم وضعها[2].

وكأسلوب من أساليب علم الاتصال بالجماهير بصفة خاصة، شهد الإعلان تطورا كبيرا بتطور الطباعة ووسائل الاتصال الجماهيري, وقد شهد القرن السابع عشر ومطلع القرن الثامن عشر ظهور الإعلان في الصحف البريطانية والأمريكية على الترتيب.

وكان عملها ينصب على شراء المساحات من ناشري الصحف والمجلات بسعر خاص ثم إعادة بيعها للمعلنين بسعر أعلى، وقد ظل هذا النظام معمولا به لسنوات عديدة في وكالات الإعلان.

ومع نهاية القرن التاسع عشر أضافت وكالات الإعلان العديد من الخدمات الأخرى مثل كتابة وتصميم الإعلان واختيار الوسائل المناسبة للمعلن وعمل بحوث السوق[3].

وتنتشر وكالات الإعلان في العديد من دول العالم الآن, وفي بلد مثل أمريكا تأخذ وكالات الإعلان شكل المؤسسات الكبيرة وأحيانا متعددة الجنسية حينما يعتمد نشاطها إلى خارج الولايات المتحدة الأمريكية, وتحتوي أي من هذه الوكالات الكبيرة على الأقسام التالية:

1- قسم ابتكار وتصميم الإعلان.
2- قسم خدمة العملاء.
3- قسم خدمات التسويق: دراسات الوسائل وأنسبها للعملاء.
4- الإدارة والتمويل للوكالة[4].

وظائف الإعلان وأهميته:

على الرغم من الانتقادات العديدة التي توجه للإعلان كونه يزيد من تكاليف الحياة ويروج للقيم الاستهلاكية، إلا أن له عدة وظائف ومهام أبرزها:

- للإعلان دور إرشادي يخدم المجتمعات بصفة عامة, فقد يرشدنا الإعلان إلى كيفية الاستعمال الصحيح للسلعة وصيانتها.
- يخبرنا الإعلان عن البديل للسلعة إذا ما كانت غير متوفرة.
- يوجه الإعلان المستهلكين إلى مزايا حقيقية قد يكونوا في حاجة إليها فعلا في السلعة[5].

والإشهار هو عملية اتصالية بين المعلن والمستهلك هدفها النهائي قيام هذا الأخير بفعل الشراء، ويستخدم المعلنون وسائط الإعلام والاتصال الحديثة مثل (التلفزيون، الصحف، الراديو، الانترنيت...) من أجل الترويج لمنتوجاتهم، مقابل مبالغ مالية يدفعونها لملاك تلك الوسائط وتتغير هذه المبالغ حسب الوقت المختار والمساحة ونوعية المادة المعلن عنها وغيرها...

ويختلف الإشهار عن الإعلام في كون هذا الأخير هدفه إخباري بينما الأول هدفه الربح.

يؤدي الإشهار وظيفة أساسية من وظائف الاتصال بالجماهير، وهي الوظيفة التسويقية، حيث يهيئ المستهلك لتقبل السلعة أي يجعله في حالة يستريح إليها، ويختار المعلنون ما يناسب سلعهم وميزانيتهم من أشكال الإعلان فالإذاعة مثلا تتحين الوقت المناسب من الناحية النفسية، التي تيسر تقبل الإعلان، كما تراعي الأسس الفنية التي تراعيها عند تسبيق فقرات البرنامج ويرتبط باختيار وقت البث للإعلان اختيار الألفاظ وطريقة إلقائها والمدة التي تستغرقها الرسالة الإعلانية.

فالإعلان الطويل الممل لا يشجع على المتابعة أو حتى الاهتمام بالسلعة أو المنتوج المعلن عنه، فالقارئ مثلا لن يلتفت لإعلان ممل مطبوع ببنط صغير والشيء نفسه بالنسبة للإذاعة والتلفزيون والملصقة الإشهارية.

ولكي يؤدي الإعلان آثاره بفعالية ينبغي أن يتوفر له عنصر التكرار حتى تثبت الرسالة في ذهن الجمهور، فضلا عن تكوين عادة شراء لدى المستهلك.

2- مفهوم الوكالة الإشهارية:

وكالة الإشهار: هي الهيئة التي تتولى نيابة عن المعلن ولحسابه أمر الإعلان من يوم أن يكون فكرة تنبت في ذهن المعلن، إلى أن يظهر في الوسيلة الإعلامية سواء على صفحات الجرائد أو الإذاعة أو التلفزيون أو السينما أو الانترنيت أو

غيرها... وتستمد دخلها كذلك من العمولة التي تتقاضاها من الوسيلة الإعلامية.

2- نشأة الوكالات الإشهارية:

كانت إنجلترا سباقة في مجال الوكالات الإشهارية عندما أنشأ الثنائي رينيل وصن في عام 1812 أول وكالة فيها، ومع ذلك فقد حققت الوكالات الإشهارية في الولايات المتحدة الأمريكية تقدمها الكبير وذلك عندما افتتح فولين بالمر أول وكالة للإعلان في أمريكا، وكان هذا الرجل يشتغل بالصحافة أصلا قبل أن يؤسس هذه الوكالة في فيلادلفيا.

وفي أواخر القرن التاسع عشر ومستهل القرن العشرين خطت وكالات الإعلان خطوات واسعة نحو خدمة المعلن، فبدأت تعتني بصياغة الإعلان والإنتاج الفني من الإعداد والتصميم والرسم والخطوط، وكل ما يتعلق بإخراج الإعلان ثم إنتاج الإعلان نفسه، وأخيرا اختيار الوسائل الإعلامية التي تنقل هذا العمل الفني للجمهور.

وتوجد حاليا بفرنسا أزيد من 2629 وكالة إشهارية بين محلية وأجنبية حيث تفتح بعض الدول المجال للوكالات الإشهارية الأجنبية.

وتمتلك الولايات المتحدة الأمريكية أكبر وكالات الإشهار في العالم التي تشغل عشرات الآلاف من العمال عبر العالم، وتبقى المؤسسة الإشهارية Omnicom Group في المركز الريادي برقم أعمال بلغ عام 2003 حوالي 7.54 مليار دولار وتليها وكالة Inter Public Group Cos برقم فاق 6.2 مليار دولار(6).

أسواق الإشهار في العالم لسنة 2003:

الدولة:		**رقم الأعمال:**
أمريكا	←	143.5 مليار دولار.
اليابان	←	35.8 مليار دولار.
ألمانيا	←	16 مليار دولار.
الصين	←	9.5 مليار دولار.
فرنسا	←	8.7 مليار دولار.
إيطاليا	←	6.8 مليار دولار.
البرازيل	←	05 مليار دولار[7].

وترتبط وكالات الإشهار بالوضعية الاقتصادية العامة للبلد الموجودة فيه حيث أن الإنفاق الإعلاني تزداد أهميته عندما تتقدم الصناعة وتزدهر التجارة مما يولد حركية اجتماعية تزيد من نشاط وكالات الإشهار، وازدياد مداخيلها وأرباحها...

3- تنظيم الوكالات الإشهارية:

أما عن التنظيم في هذه الوكالات، فهي تلتقي مع وكالات الأنباء في أن كليهما يقدمان خدمات للجمهور عبر وسائل إعلامية مختلفة، ذلك أنهما وسيلتا اتصال غير مباشر، إذ أن رسائلهما الإعلامية لا بد أن تنتقل عبر إحدى الوسائل الإعلامية الأخرى كالصحافة، الإذاعة والتلفزيون...

غير أن تنظيم أية وكالة إشهارية يظل مقيدا بطبيعة هذه الوكالة، هل هي وكالة مستقلة؟ أم هي وكالة تابعة لمؤسسة لإعلامية ؟

ويتبع في تنظيم الوكالات الإشهارية إحدى طريقتين:

الطريقة الأولى: تقسم بموجبها الوكالة إلى إدارات تختص كل منها بجزء من نشاط الوكالة بحيث تختص إدارة بكل ما يتعلق بالنواحي الفنية، وتضم العاملين

المتخصصين كالفنانين والرسامين والمحررين... وتختص إدارة أخرى بصنع الإعلان وتختص غيرها بالنواحي الإدارية والمالية وهكذا...

الطريقة الثانية: تقوم على أساس تقسيم الوكالة طبقا لنظام المجموعات وهو الذي تختص فيه كل مجموعة بخدمة نوع معين من الإعلان خدمة كاملة.

وعلى أي حال فإن وكالات الإعلان تحتاج إلى مجموعات من الإدارات الأساسية لإنجاح مهمتها وهي تتمثل في ما يلي:

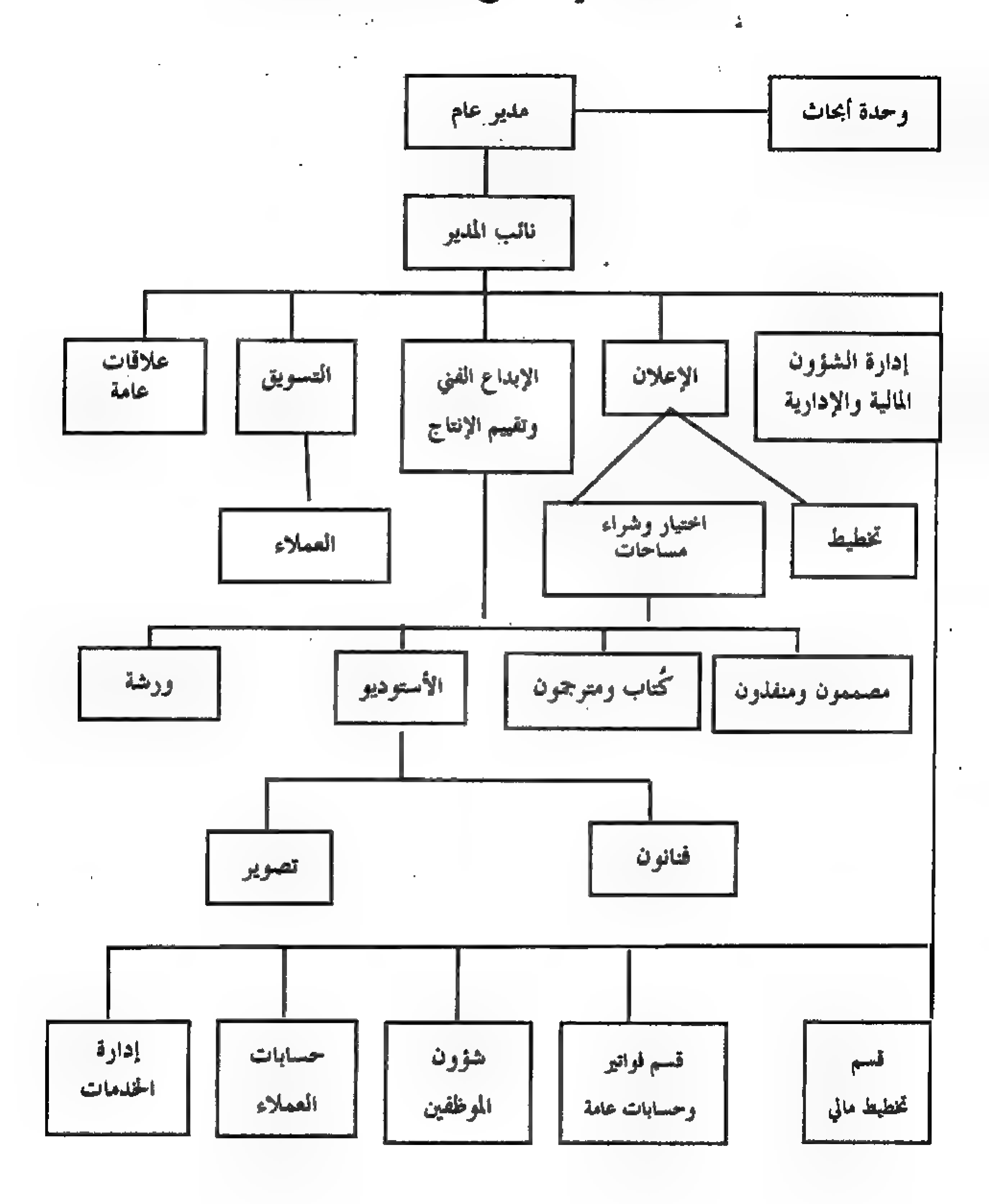
أ- إدارة للشؤون المالية والإدارية.

ب- إدارة لإنتاج الرسائل الإعلامية وما يرتبط بها من فنيين ومبدعين ورسامين ومصورين وكتاب... الخ.

ج- إدارة التسويق التي تبيع للمعلنين مساحات خالية في الصحف أو زمنا مسموعا في الإذاعة أو مرئيا في التلفزيون.

د- إدارة وأقسام تهتم بشؤون التخطيط والأبحاث والعلاقات العامة[8].

هيكل تنظيمي مقترح لوكالة إعلان[9]



الوكالة الوطنية للنشر والاتصال والإشهار:

أُنشئت الوكالة الوطنية للنشر والاتصال والإشهار بموجب الأمر رقم 67- 279 المؤرخ في 20 ديسمبر 1967، ومنذ سنة 1989 أصبحت شركة ذات مساهمة، وهي الآن من أكبر المؤسسات الإشهارية الجزائرية التي تحتكر ميدان الإشهار العمومي في الجزائر[10].

هياكل الوكالة الوطنية للنشر والاتصال والإشهار:

تضم الوكالة مجموعة من الهياكل هي:

1- المديرية العامة: ومقرها الجزائر العاصمة.

2- وحدة الاتصال الإشهاري.

3- مديرية التنمية.

4- وحدة الطباعة ومقرها بالرويبة.

5- شبكة متكونة من ثلاث وحدات لإنتاج العتاد والخدمات الإشهارية، بكل من العاصمة، وهران و قسنطينة[11].

مهام الوكالة الوطنية للنشر والاتصال والإشهار:

تضطلع الوكالة بمجموعة من المهام أبرزها:

1- طباعة الكتب و الحوليات والدلائل

2- التسيير الإشهاري في الصحافة بالجزائر وعلى المستوى الدولي.

3- القيام بكل أشغال الطباعة.

4- إنتاج وبث الومضات الإشهارية[12].

الهوامش

1- علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، الطبعة الثانية، (القاهرة: عالم الكتب، 1978)، ص25.

2- Becker, Samuel l., Discovering Mass Communication, Illinois, Glenview: Scott Foresman and Company,1985,p353.

3- Ibid,p.355.

4- محمد عبد الرؤوف كامل، مقدم في علم الإعلام والاتصال بالناس... مرجع سابق... ص 119.

5- المرجع السابق، ص121.

6- الشروق اليومي، 8 سبتمبر 2004، العدد 1174.

7- المرجع نفسه.

8- محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية... مرجع سابق... ص96.

9- المرجع نفسه، ص97.

10- سايح الهواري، ملفات وثائقية: الإعلام والثقافة في الجزائر(1962-1976)، (الجزائر: مطبعة الشعب للصحافة، 1978)، ص22.

11- www.anep.com

12- المرجع السابق.

ثالثا: مراكز الإعلام والتوجيه

مراكز الإعلام والتوجيه:

تتميز مراكز الإعلام والتوجيه الموجهة لفئة معينة بمجموعة من الخصائص أبرزها:

- أن القائمين بالاتصال في هذه المراكز هم موظفون رسميون.
- أن القناة التي يمارس من خلالها الاتصال هي مراكز الإعلام وهي قناة إعلامية حكومية.
- أن الملتقى هو جمهور كل مقاطعة (ولاية بالنسبة للجزائر)، وهو يكون قطاعا بشريا ينتظم في إطار جغرافي واجتماعي محدد[1].

وسائلها:

تعتمد هذه المراكز على عدة وسائل لأداء مهامها؛ كعقد اللقاءات والمحاضرات والندوات والدورات الإعلامية، فضلا عن استخدام العروض السينمائية وعروض الفيديو، واستخدام المطبوعات والمطويات وشبكة الانترنيت، زيادة على الحملات الإعلامية والقوافل الإعلامية وإجراء المسابقات الإعلامية وإقامة المعارض[2].

تاريخ الإعلام والاتصال الشباني ووسائله في الجزائر:

عرف قطاع الشباب والرياضة في الجزائر تجارب متعددة في ميدان الإعلام والاتصال، وذلك من منطلق الحاجة إلى تطوير الإعلام الموجه للشباب.

ففي سنة 1984 وبالتحديد أجريت عملية استقصاء واسعة انصبت حول مطامح ورغبات الشباب، وكانت هذه العملية اللبنة الأولى لظهور بوادر التحاور المباشر مع الشباب، لمعرفة ما يرغب فيه من أمور مختلفة مثل: التنشيط الرياضي والتربوي الثقافة، الترفيه...

كما عرف هذا القطاع من جهة أخرى عدة مبادرات تمثلت في مطبوعات متنوعة في المواضيع ومختلفة في الشكل تراوحت بين: الملصقة إلى الدليل فالمجلة...الخ، حيث تم إصدار مجلات موجهة للشباب مثل مجلة 2000 مجلة أمل (1984) هذه المحاولات لم تدم طويلا وتوقفت عن الصدور لأسباب مالية على الخصوص.

ومع أواخر سنة 1985 شهد القطاع مرة أخرى بروز عمليات إعلامية موجهة للشباب، وقد تمثلت في إنشاء نوادي إعلام الشباب على مستوى مؤسسات الشباب، بحيث كانت تشمل اللقاءات المباشرة، المحاضرات والندوات الدراسية، كما صدرت لنفس الغرض مجلات وجرائد.

وكانت هذه العملية بمبادرات من جمعيات نشاطات الشباب، ودعمت من طرف الوزارة بالوسائل و العتاد و ببرامج إذاعية وصحفية.

فعلى صعيد الصحافة المكتوبة فقد أدمجت صفحات الشباب في الجرائد الوطنية الصادرة آنذاك: المنتخب، المساء، إذ كانت هذه الصفحات من صنع أقلام شابة هاوية في مجال الكتابة الصحفية.

أما الإذاعة الجزائرية فقد تبنت الشباب بإحداث برامج عبر قنواتها المختلفة: الأولى (العربية)، الثانية (الأمازيغية)، الثالثة (الفرنسية)، هذه الأخيرة التي عرفت برامج "Radio- Clips" والذي كان يعمل بالتنسيق مع نوادي الإعلام الشبانية، حيث يتقدم الشباب بالتحدث عبر الإذاعة عن برامجه والأنشطة المختلفة التي يقومون بها... الخ.

كما أصدرت وزارة الشباب والرياضة نشرة شهرية تسمى "أخبار الشباب"، حيث كانت تحتوي على أحسن المقالات والريبورتاجات المنجزة من طرف المنخرطين في نوادي الإعلام، وكانت هذه النشرة التي احتوت على 16 صفحة وتصدر في 500 نسخة، تمثل فضاءا وحيزا للإعلام والاتصال الشباني.

وفي ميدان الإعلام والاتصال الشباني كذلك فقد تطورت أنشطة أخرى تتمثل في: نوادي راديو الهواة، نوادي المطالعة، الإعلام الآلي، التصوير الفوتوغرافي، سينما الهواة، بالرغم من المشاكل المادية كنقص العتاد المناسب للأنشطة الممارسة، وعلى الخصوص ندرة قطع الغيار في السوق الوطنية ووسائل العمل المساعدة: كأفلام التصوير الفوتوغرافي، ومختلف الوسائل...

وظل الإعلام والاتصال الشباني يشكو المشاكل والعراقيل إلى غاية 1989 حيث وضعت أولى اللبنات لقيام إعلام واتصال شباني في الجزائر ويتمثل ذلك في شبكة تتكفل هذا الجانب المهم من أنشطة الشباب الجزائري.

أهداف الإعلام والاتصال الشباني في الجزائر:

إن من بين العوامل الأساسية والهامة لتلبية انشغالات الشباب: مهمة الإعلام والاتصال، التي تعتبر نقطة التقاء لحاجيات الشباب، كما تأخذ حيزا مهما في برامج الإدماج الاجتماعي والمهني لهذه الشريحة من المجتمع.

وفي هذا الإطار فقد دلت نتائج سبر الآراء الذي أجري في شهر نوفمبر 1990 أن حـــاجة الشباب للإعلام أصبحت ضرورة بالنسبة لـــ: 71 بالمائة من الشباب المستجوبين.

وقد وضعت وزارة الشباب والرياضة نظاما خاصا للإعلام والاتصال موجه للشباب بقصد الإجابة على أكبر قدر ممكن من هذه الاهتمامات، الهدف من ورائه إقامة طبقة بيداغوجية للاتصال تستند إلى مستويين هما:

الأول: ويتعلق بالاتجاه الصاعد من المرسل باتجاه الشباب (تحسيسهم بقيمة الإعلام والاتصال).

الثاني: اتجاه تنازلي (أي من الشباب باتجاه المرسل، أي رجع الصدى).

وقد عرفت السنوات الأخيرة إقامة أول عناصر نظام الإعلام الموجه للشباب، حيث يتكون هذا النظام ومن خلال النصوص القانونية، بأربعة

أهداف هي كالتالي:

1- تحسيس وتنشيط الشباب بالاستفادة من حقهم في الإعلام والاتصال.

2- جمع كل ما يتعلق بالشباب من المعلومات والإجابة عن تساؤلاتهم، ثم توزيعها في أوساطهم.

3- الإحاطة بالمعلومات المتوفرة حول توجهات وحاجيات الشباب ورغباتهم لترجمتها في جملة من الخطط العملية في أرض الواقع.

4- تقييم أثر الإعلام على الشباب من خلال عمليات لقياس الاتجاهات والآراء حول المواضيع المختلفة لتتاح فرصة للرفع من مستوى المضمون الإعلامي الموجه للشباب، وكذا الإجراءات وتقنيات المعالجة والتوزيع.

إستراتيجية الإعلام والاتصال في الوسط الشباني في الجزائر:

إن ضرورة إعلام الشباب حول مختلف المشكلات التي تمسهم والتي لها علاقة مباشرة بمستقبلهم ظلت الشغل الشاغل للسلطة المركزية في الجزائر.

وقد دعت هذه الضرورة إلى إنشاء مؤسسات وطنية ومحلية في إطار استراتيجية محددة في ميدان الإعلام والاتصال الشباني، منها: مراكز إعلام وتنشيط الشباب، وسائل الإعلام العمومية المكتوبة، المسموعةوالمرئية، لوضع المعلومة في متناول أكبر عدد من الشباب بعيدا عن العقبات والعراقيل البيروقراطية الإدارية.

ومن خلال الأهداف التي سطرتها وزارة الشباب والرياضة في مجال الإعلام والاتصال، أمكن وضع إستراتيجية قصيرة وأخرى متوسطة المدى، تصب كلها في معرفة انشغالات فئة الشباب على مستوى الوطني، حيث أخذت في الحسبان متغيرات كثيرة في خلال إعداد خطة العمل هذه، والتي من خلالها تتكفل بحاجيات وانشغالات هذه الفئة كمتغير: السن، الجنس المستوى التعليمي، مكان الإقامة.

وعند وضع المؤسسات القاعدية لقطاع الشباب والرياضة وخصوصا منها دور الشباب، فقد تمت مراعاة مجموعة من المعايير قبل البدء في إقامة هذه المشاريع، مثل: الحاجة الاجتماعية وخصائص وطبيعة المنطقة، عدد السكان ونسبة الفئة الشبانية بينهم.

أما مراكز الإعلام والتي أنشئت في فترة لاحقة فقد أُسند لها الدور الذي تقوم به دار الشباب، وهو التربية والاتصال بين الشباب إضافة إلى دور الإعلام كمهمة إضافية، فعلى المدى القصير رأت الوزارة أن تكون هذه المؤسسات فضاء للتبادل والتحاور فيما بين الشباب حول مختلف المواضيع والقضايا التي تشغلهم، و معرفة ردود أفعالهم أمام النشاطات التي تمنح لهم (رياضية، ترفيهية، فكرية وثقافية... الخ).

وكمرحلة تالية وبالنظر إلى التطور المتسارع للوسائل والأدوات البيداغوجية من جهة وحاجات الشباب من جهة ثانية يتحتم رسم خطة متوسطة المدى تُسخر من خلالها وسائل بيداغوجية ومادة جديدة، حيث يتم تطوير النظام القديم للإعلام المعمول به في مراكز الإعلام، إلى نظام أكثر آلية وضمانا لوصول المعلومة إلى الشباب وتوسيع دائرة الإعلام لتشمل المؤسسات التعليمية وكذا الأحياء وذلك باعتماد الجمعيات كقناة إعلامية واتصالية لتمرير أي معلومة كيفما كانت وبأي طريقة ومنهاج يراد لها الوصول.

كما تستغل وسائل الإعلام العمومية كأداة إعلامية، وذلك بإعداد برامج دورية موجهة للشباب في الإذاعة والتلفزيون، وبإنتاجات شبابية على صفحات الجرائد والمجلات.

ولم تستثن الوزارة من إستراتيجيها في مجال الإعلام والاتصال باتجاه الشباب، الجلسات والمهرجانات المحلية والوطنية واللقاءات، ودور الحركة الجمعوية، بل خصتها بقدر من الأهمية وهذا من منطلق الدور الإعلامي والاتصالي الذي تقوم به مثل هذه التجمعات الشبانية.

هيكل الإعلام والاتصال الشباني في الجزائر:

تتكون شبكة الإعلام والاتصال الشباني في الجزائر من: المركز الوطني لإعلام وتنشيط الشباب (CNIAG)، والمركز الوطني للإعلام والتوثيق الرياضي (CNIDS) وفي تسعة (09) مراكز جهوية لإعلام وتنشيط الشباب، و39 مركز إعلام وتنشيط الشباب على مستوى كل ولاية من الوطن.

المركز الوطني لإعلام وتنشيط الشباب (CNIAG):

أنشئ المركز الوطني لإعلام وتنشيط الشباب (CNIAG) بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-13 المؤرخ في 08 رجب 1409 هـ الموافق لـ: 14 فبراير 1989 المتضمن إنشاء المركز الوطني لإعلام الشبيبة وتنشيطها وتنظيمه[3].

وقد نصت المادة الأولى من المرسوم ذاته على ما يلي: "تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى: المركز الوطني لإعلام وتنشيط الشبيبة"[4].

أما المادة رقم –5– فتنص الفقرة الأولى منها على أن مهمة المركز هي:

جمع المعلومات والوثائق ذات الطابع الوطني والدولي التي تهم الشباب ومعالجتها وتوزيعها.

وفي سنة 1990 تم تحويل ملحقات المركز الوطني لإعلام الشبيبة وتنشيطها إلى مراكز لإعلام الشبيبة وتنشيطها وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 253/90 المؤرخ في 11 صفر 1411 الموافق لـ: أول سبتمبر 1990[5].

وهذا من أجل القضاء على نظام المركزية واستبداله بالنظام اللامركزي في ما يخص الإعلام الموجه للشباب، في محاولة لتقريب هذه المراكز من الشباب على المستوى المحلي، من أجلر استحداث عمل جواري شباني.

وما أملى هذه الضرورة هو تنوع اهتمامات وحاجات الشباب، فشباب الشمال الجزائري مثلا، وإن كانوا يشتركون في أغلب الاهتمامات مع بقية الشباب الجزائري، فإنهم يختلفون عنهم في بعض الاهتمامات، مما يجعل المراكز الولائية لإعلام الشباب وتنشيطها تُراعي الخصوصيات المحلية لكل منطقة من الوطن.

الهوامش

1- منى أحمد محمود، الاتصال المباشر في خدمة قضايا التنمية، مجلة النيل، عدد 75، 2000، ص ص 45-52.

2- المرجع نفسه.

3- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة السادسة والعشرون، العدد7 /15 فبراير 1989.

4- المرجع نفسه.

5-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة السابعة والعشرون، 5 فبراير 1990.

رابعا- السينما:

تعتبر السينما أو الخيالة أو الصور المتحركة وسيلة اتصال سمعية بصرية جماهيرية تحاكي الواقع، وتستخدم لأغراض تعليمية وتثقيفية ودعائية وترفيهية وتعتبر السينما علما وصناعة ووسيلة في آن واحد، حيث اعتبرت في القرن العشرين من أبرز الصناعات الثقافية.

تعريف السينما:

يمكن تعريف السينما من خلال التعرض لمفهوميها اللغوي والاصطلاحي.

التعريف اللغوي للسينما: يصعب تحديد تعريف لغوي لكلمة (سينما) اللاتينية الأصل فالكتب والمعاجم التي تناولت تعريف السينما تخلو من ضبط المفهوم اللغوي للفظة (سينما).

ونجد العرب قد أطلقوا عليها اسم (خيالة)، والخيالة لفظة مشتقة من الفعل تخيل، يتخيل تخيلا: بمعنى تصور الشيء وتمثله.

تقول العرب: تخيل فلان الخير في فلان: أي: توقعه وتوسمه به والتخيل هو تأليف صورة ذهنية تحاكي ظواهر الطبيعة، وإن لم تعبر عن شيء حقيقة موجودة.

نقول تخيُل جامح بمعنى: تخيل يتجاوز الممكن والمعقول.

ومنه: خيال: وهو إحدى قوى العقل التي تتخيل بها الأشياء أثناء غيابها والجمع خيالات: أي ما نراه في الماء، والمرآة، والضوء.

وأخيلة: أي ما ينصب على شكل إنسان في المزارع لإخافة الطيور.

وخيال الظل: نوع من التمثيل يكون بإلقاء خيال من خلف ستار.

والخيالة: ما تشبه لك في اليقظة والمنام من صورة، ودار الخيالة: هي السينما[1].

التعريف التقني للسينما:

تُعرف السينما في أبسط صورها بأنها تقنية تسجيل وعرض للصور المتحركة، وهي فن صناعة وإخراج الأفلام التي أفرزت ما يعرف بالصناعة السينمائية، والسينما هي مكان أو دار عرض الأفلام.

وإن كان هذا التعريف التقني لا يتجاوز كونه مجرد تعريف ظاهري للسينما فإنها في حقيقتها تنطوي على ما هو أكبر وأهم من هذا وتتعداه إلى مصطلح واسع، وشديد العمومية أحيانا، يضم تحت عباءته كل ما له علاقة بفن الفيلم بنوعيه الروائي والتسجيلي.

التعريف الفني والجمالي للسينما:

تجمع السينما كل الفنون التي سبقتها من قصة ودراما، وتمثيل ومؤثرات صوتية وضوئية وفنون تشكيلية، وموسيقية ورقص، وغيرها ليصبح في النهاية حصيلة ذلك التفاعل المستمر والجميل بين (العلم والفن) بفضل أفكار وتجارب "أديسون" إنها ذلك التفاعل الذي خلق لنا صورة تجمع بين أحلام الإنسان وممكنات الآلة، وبين الفن والصناعة [2].

الفن السينمائي هو "فن مركب ساحر يحوي في اتجاه مجموعة من الفنون الأخرى، وهو بعد هذا وقبله فن الإحساس بالحياة، وتموجاتها، وفن التعبير الذاتي عنها كما يحلو لصانعي العمل السينمائي، أو كما يريدون أن ينقلوه إلى غيرهم من المشاهدين[3].

فهي بذلك الوسيلة التي صنعت ذلك الإحساس السحري للطبيعة والأشياء والبشر الإحساس الذي وفرته الأسطورة في الحضارات القديمة وأدخلته السينما كحلم إلى القلب في حضارة القرن الحادي والعشرين، وكأنها تلامس أسطورة داخلية جديدة لإنسان العصر الحديث.

التعريف الاصطلاحي للسينما:

يعرفها الفرنسي "أندريه بازان" بأنها: "...خط مقارب للواقع يتحرك دائما لنقترب منه ونعتمد عليه دائما..."، ويراها السينمائي "إيزنشتاين" بأنها: "تجميع لكل الفنون" وينحاز أكثر فيقول: "إن كل فن يسعى جاهدا لكي يصل إلى شكل سينما الناطق والملون والمجسم" [4].

والسينما تصنع صورا، والصور السينمائية تجسد أحداثا، وتعبر عن أفكار وآراء، وحركات، ومن خلالها نرى الحياة. والفيلم السينمائي إذ ذاك يكشف عن المجتمع أكثر مما يفعل ذلك أي عمل فني آخر —عدا بعض الروائع الأدبية — فهي تجمع بين الوعاء المعرفي، والثقافي، والشكل الفني التعبيري مستعملة ما تمتلكه من عناصر تأثير متكاملة من صورة، وكلمة، وحركة وعناصر جمالية أخرى مختلفة.

ووصف: كانومو" الخيالة بأنها: "اندماج فنون التشكيل والإيقاع والفن والعلم" ويعتبر(كانومو) أول من أطلق عبارة: جمالية الفن السابع على الخيالة[5].

والسينما في نظر رجل الإعلام وسيلة اتصال جماهيري تعبر عن مجمل الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع المنتج لها، وتتشكل في إطاره متفاعلة معه في علاقة تشمل التأثير والتأثر.

ويرى البعض بأنها: "فن من فنون وأداة تعبير ثقافي ووسيلة إعلام لها مكانتها في المجتمع، لكن السينما تعتبر أيضا صناعة، وبضاعة اقتصادية تخضع لقواعد السوق والعرض والطلب والمنافسة..."[6].

ظهور وتطور السينما:

إن ظهور السينما وتطورها لم يأت من فراغ بل مر عبر اختراعات تكنولوجية كبيرة وهامة أولها هي تطوير وسائل لإظهار وعرض صور الظلال باستخدام "البروجكتور"، ثم تم التغلب على مشكلة وجوب اكتشاف وسيلة

يمكن للإنسان بواسطتها أن يحس بوهم الحركة المستمرة، وآخر مشكلة تم القضاء عليها هي مشكلة التصوير بالتوصل إلى التقاط صور سريعة ومتتالية للأشياء المتحركة، ويمكن رصد تطور تاريخ السينما مراحله من خلال المراحل الأربع التالية:

أ – المرحلة الأولى:

وهي مرحلة الاختراع والتي تبدأ من عام 1815 حتى 1895م، وهي مرحلة تقنية ليس فيها للفن دخل يذكر، وقد صنع أول فيلم في أوروبا في أواسط 1830 وكانت طريقة العرض بسيطة جدا توضح الصورة على عجلة ثم تحرك العجلة بسرعة فتبدو الصورة وكأنها تتحرك.

وقد تمكن توماس أديسون من صنع آلة عرض سينمائي في أمريكا سنة 1895م وهي عبارة عن صندوق يرى فيه متفرج واحد فقط من خلال عدسة تكبير فلما يشبه الفلم الحديث تماما وإن كان صامتا في تلك الأيام، وقد عرض أول فلم في باريس سنة 1895م وتطورت صناعة الأفلام بسرعة حيث تم صنع أول فلم يروي قصة في عام 1903م.

ب– المرحلة الثانية: وتمتد من عام 1895حتى عام 1928م، وهي مرحلة الرواد الأوائل حيث تكونت صناعة السينما وأسسها الفنية، وهي في الوقت نفسه مرحلة الفلم الصامت.

ج– المرحلة الثالثة: وتمتد من عام 1928 حتى 1945م وهي المرحلة التي أصبحت فيها السينما فنا، وأكدت وضعها كصناعة كبرى، وهي مرحلة الفلم الناطق.

د– المرحلة الرابعة: وتمتد من عام 1945 وحتى الوقت الحاضر، وهي مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، وهي مرحلة تطور صناعة السينما واستخدام الأفلام الملونة[7].

السينما في العالم:

أصبحت السينما في العشرينيات من القرن الماضي وسيلة اتصال جماهيرية، وإن كان الترفيه يغلب على وظيفتها كوسيلة اتصال، غلى يد رواد الإنتاج والإخراج السينمائي والتمثيل أيضا.

ومن هؤلاء الرواد ديفيد وارك غريفث "David Work Griffith" الذي أنتج فيلم "مولد أمة " سنة 1915 والذي كان يستغرق عرضه ثلاث ساعات

وماك سميت "Mack Smett" الذي أسس شركة "كيستون" للأفلام "Key Stone Film Company" وأنتج العديد منها واكتشف الممثل المشهور شارلي شابلن "Charlie Chaplin"[8].

وفي هذه الفترة أخذت عاصمة صناعة السينما في العالم الآن هوليوود "Holly Wood" في الظهور والانتعاش، وكانت تتيح ثلاثة أرباع الأفلام السينمائية في العالم في بداية عشرينيات القرن الماضي وتأسست شركات الإنتاج السينمائي العملاقة والعالمية مثل "فوكس" Fox ومترو غولدن ماير " Metro Golden Mayer" وبارامونت "Paramount".

وقد مرت صناعة السينما في أمريكا وغيرها من دول العالم بفترات ازدهار وفترات كساد تبعا لظروف العالم الاقتصادية والسياسية بالذات[9].

خصائص السينما كوسيلة اتصال جماهيرية:

عندما نتحدث عن السينما كوسيلة اتصال جماهيرية، فإننا نقصد عادة الأفلام ومضمونها وممثليها ومخرجيها وما أُنفق عليها.

وأفلام السينما مثل الموسيقى والأوبرا لغة عالمية يمكن مشاهدتها والاستمتاع بها في عديد من دول العالم، فضلا عن الدول المنتجة، وبغض النظر عن اختلاف لغتها عن لغة المشاهدين.

والسينما وسيلة اتصال جماهيرية لأن أفلامها تُشاهد ويُستمع إليها من قبل أعداد كبيرة من الناس يُعدون بالملايين في أحيان كثيرة وينتشرون في مدن ودول ويتنوعون اقتصاديا وثقافيا واجتماعيا.

ومن خصائص السينما كوسيلة اتصال جماهيرية ما يلي:

- أنها لا تحتاج لمشاهدة أفلامها إلى معرفة القراءة والكتابة، فيمكن أن يشاهدها ويستمع إليها المتعلم والمثقف وغيرهما...
- توظف السينما الحركة واللون والصوت، والمؤثرات الصوتية للتأثير في الناس، لأنها تخاطب العديد من حواس الفرد مثل السمع والبصر والفؤاد.
- يذهب الفرد للسينما وهو مُهيأ للاستمتاع بالفيلم وتقبل مضمونه، كما أن المشاهدة الجماعية يُمكن أن تزيد من فاعلية السينما.
- لأن معظم مادة أفلام السينما هي قضايا الإنسان بصفة عامة، فالمشاهد يُعايش أحداث الفيلم ويندمج معها، وقد يتأثر بها تأثرا كبيرا، فكثيرا ما يقلد الناسُ أبطال الفيلم في الحركة والملبس وطريقة تصفيف الشعر، والحديث وهو ما يسمى بالتقمص الوجداني "Empathy"، وكثيرا ما يرددون عبارات وردت في الأفلام وتصبح كالحكم والأمثال الشعبية[10].

السينما العربية والجزائرية:

ظل تعبير السينما العربية مرادفا لتعبير السينما المصرية زمنا طويلا وتظل مصر حتى يومنا هذا البلد العربي الذي يقدم أغزر الإنتاج السينمائي الذي يعرض في معظم دور العرض في البلاد العربية، وكانت السينما المصرية هي التعبير السينمائي العربي الوحيد إلى ما بعد منتصف القرن العشرين، لأن أغلب الدول العربية كانت مستعمرة.

وكان أول عرض سينمائي في مصر قد جرى في مقهى بالإسكندرية وذلك في جانفي عام 1896م.

وقد عرفت أغلب الدول العربية السينما كأفلام تُعرض فقط في بداية القرن العشرين، حيث عرفتها سوريا سنة 1908، وبدأت تنتج الأفلام اعتبارا من سنة 1920، وعرفت المغرب السينما عام 1944 وبها إنتاج سينمائي.

وتوجد بالدول العربية باستثناء العربية السعودية دور عامة للعرض السينمائي، كما يُقام بالعديد من الدول العربية مهرجانات للسينما أشهرها مهرجان القاهرة ومهرجان قرطاج بتونس.

وتشارك الأفلام العربية في المهرجانات العالمية، وحصل بعضها على جوائز مثل فيلم المخرج الجزائري محمد الأخضر حامينا "رياح الأوراس" الذي فاز بجائزة العمل الأولى في مهرجان كان "Cannes" بفرنسا سنة 1967، كما فاز فيلمه المسمى "وقائع سنين الجمر" بالجائزة الكبرى لمهرجان كان عام 1975[1].

وقد تمكنت السينما المصرية من أن تظل أكبر صناعة في الوطن العربي وأكثرها تأثيرا، وكان معدل إنتاج الأفلام في مصر في البدايات الأولى عشرين فيلما في العام ارتفع بعدها إلى خمسين.

وفي سوريا فإن الإنتاج السينمائي بلغ مائة وخمسين فلما طيلة السبعين سنة الماضية وهو قليل مقارنة بنظيره المصري، لكن الإنتاج السينمائي السوري فرض نفسه على الساحة في السنوات الأخيرة لينافس الإنتاج المصري.

أما عن الجزائر فإن السينما فيها تتميز تجربتها عن جميع تجارب السينما في باقي الدول العربية من حيث الولادة والهدف والمسار، إذ أن الحاجة الملحة لإيجاد سينما تواكب مسيرة حرب التحرير التي بدأت عام 1954 أوجب على السينما الجزائرية أن تنطلق من منطلق علمي مدروس.

ولهذا افتتحت في عام 1957 مدرسة للتكوين السينمائي في الجبال كان يديرها الفرنسي رونيه فوتيه، ثم تتالت عملية التطوير بإنشاء لجنة للسينما، ثم مصلحة السينما التابعتين للحكومة الجزائرية المؤقتة، وأخيرا مصلحة السينما

التابعة لجيش التحرير الوطني في أواخر الخمسينات وبداية الستينيات من القرن العشرين، والتي ركزت على الأفلام القصيرة والمتوسطة وبعد الاستقلال انطلقت السينما الجزائرية لإنتاج مجموعة كبيرة من الأفلام الروائية الطويلة، بمعدل فلمين إلى أربعة أفلام في السنة بلغت في الستينات وحتى منصف السبعينات من القرن العشرين مثلا حوالي خمسة وعشرين فيلما، إلى جانب ثلاثة عشر فلما من الإنتاج المشترك.

وكان أول فلم روائي جزائري هو فلم "ياسمينا" الذي أخرجه سنة 1960 الشابان محمد الأخضر حامينا وجميل شاندرلي، وقد غدا حمينة من أفضل مخرجي الجزائر المعروفين على المستويين العربي والعالمي[12].

مشاكل السينما العربية:

تتخبط السينما العربية عـــموما والجزائرية على وجـــه الخـــصوص في العديد من المشاكل والمتاهات انعكست على الإنتاج أبرزها:

– تشتغل السينما في الوطن العربي عموما بما فيه الجزائر بموجب سياسات حكومية؛ إما عن طريق الملكية الحكومية المباشرة لمؤسسات الإنتاج السينمائي ودور العرض، أو عن طريق القوانين والتعليمات التي تضعها الحكومات العربية لتنظيم الإنتاج السينمائي.

– إن مؤسسات الإنتاج السينمائي العامة منها والخاصة لا تستطيع أن توفر العدد الهائل المطلوب لتغطية حاجات دور العرض السينمائي، ففي الوقت الذي تحتاج فيه دور العرض السينمائي في أي بلد في الوطن العربي إلى ما لا يقل عن 250 فيلما في السنة، وقد يصل إلى 500 فيلم، ويتم استيراد الأفلام في الدول العربية من مصادر شتى أبرزها الولايات المتحدة الأمريكية وإيطاليا والمملكة المتحدة وروسيا الاتحادية.

– إن الكم الهائل من الأفلام السينمائية المستوردة من الدول الغربية هي السبيل إلى إحلال الثقافة الغربية محل الثقافات الأخرى؛ ونشر مضمون هذه الثقافة ومحتواها من أساليب التفكير والتعبير والتذوق الفني وأنماط السلوك والتعامل والنظرة إلى الحياة والكون أو ما يسمى بالغزو الثقافي.

– وفي البلدان المتقدمة شهدت علاقة تتسم بتبادلية المنافع بين الرواية والسينما، فالرواية تستفيد من السينما في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس، بينما تأخذ السينما القصص الرائعة وتحولها إلى أفلام تدر أرباحا طائلة، بينما نعاني نحن من نقص في كُتاب السيناريو الذين يجمعون بين المقدرة والثقافة والمعرفة التقنية في آن واحد، والذين يفترض مسبقا بأنهم اكتشفوا اللغة الخاصة النابعة من طبيعة فن الصورة المتحركة الناطقة، عن طريق الدراسة والمتابعة والحس الشخصي والذين يتمتعون بمعرفة ودراية بالتقنيات التي ستنقل المادة الأدبية إلى لغتها وحتى بعض الكتاب والمثقفين الذين جربوا الكتابة للسينما والتلفزيون سرعان ما توقفوا عن المضي في السير في هذا الطريق بسبب قلة المردود المادي وكذا التضييق الذي تمارسه دوائر الرقابة على الأفلام والبرامج والمصنفات الفنية؛ وفق مختلف الذرائع والأسس السياسية والاجتماعية.

- الافتقار إلى الثقافة السينمائية لدى الجمهور عامة، ولدى الطلبة الذين هم في المرحلة العمرية التي يحددون فيها مسار مستقبلهم ومهنهم بخاصة، ما يضعف الاهتمام بمادة السينما وبالمهن الكثيرة المتعددة التي تحتاج إليها صناعتها، ولا يحظى الاعتراف بهذه المهن في المجتمع بما تستحقه فعـــلا من احترام، مما يصرف نظر الكثير من الموهوبين عن التفكير بالالتحاق بالمعاهد العالية والكليات الجامعية التي تدرس هذه المهن السينمائية[13].

أما في الجزائر فإن الأمر لا يختلف كثيرا، بل قد تكون المشاكل التي تصادف الأعمال السينمائية أكثر من غيرها من البلدان العربية، وأبرز هذه المشاكل:

- أن الإنتاج الوطني قليل ولا يكفي لسد حاجيات البلاد؛ مما حدا بالمسؤولين إلى التفكير في استيراد الأفلام الأجنبية واختيار النوع الذي لا يمس بالاتجاهات الثقافية والسياسية، وهذه السياسة تحد حتما من رواج الأفلام وتعرقل تجارتها.

- كما صادف استقلال الجزائر فترة ركود السينما في العالم وتراجعها مقارنة بانطلاقتها بسبب منافسة التلفزيون والفيديو.

- ومن الضعف نجد أن الإنتاج الوطني لم يتجاوز 30 فيلما منذ الاستقلال كما أن قاعات السينما لم تتغير منذ الاستقلال حوالي300 / 358 قاعة، كما أن عدد المتفرجين ماض في التناقص والتدهور.

الحلول:

من أبرز الحلول التي يقترحها مختصو السينما العرب نجد:

- وضع خطة واضحة للإنتاج السينمائي تعتمد على تحويل روايات الكُتاب إلى سيناريوهات سينمائية تنتج وفق الأصول الفنية السليمة، بحيث تحفظ السيناريوهات للنص الأدبي الأصلي تألقه ومضامينه القيمية الرفيعة، على أن يوازي هذه الخطوة الاستفادة من التقنيات السينمائية التي تترجم مثل هذه النصوص إلى صور ومشاهد معبرة.

- تهيئة الإطار البشري الملائم للإنتاج؛ من مخرجين وكتاب سيناريو ومصورين وممثلين وفنيين إضاءة وصوت ومونتاج وميكساج...الخ.

- فتح المجال للمبدعين بغرض التفاعل مع تجارب الأمم الأخرى، وفتح باب المنافسة بين المبدعين وتقديم الحوافز والجوائز من خلال المهرجانات السينمائية مثلا؛ وفتح مجال الحرية والتقليل من الرقابة على النصوص والأفلام.

ومع كل العناصر سالفة الذكر فإنه يمكن القول أن السينما حالة اجتماعية، ومشاهدة أي فيلم سينمائي تستوجب الإعداد المسبق لهذا النشاط

والخروج من البيت وشراء بطاقة دخول، مما يعني أنه فعل مقصود دائما ومكلف في الوقت نفسه، وعلى العكس من ذلك فإن مشاهدة التلفزيون حالة اجتماعية أو فردية لكنها في جميع الأحوال أقل كلفة من الذهاب إلى السينما مما يعرض منافسة قوية من قبل برامج التلفزيون ومحاولتها استقطاب جمهور السينما.

وعلى الرغم من ذلك فلكل مؤسسة (سينما أو تلفزيون) خصوصياتها ووظائفها بحسب طبيعة كل مجتمع وثقافته المحلية.

الهوامش

1- المعجم العربي الأساسي، حرف الخاء: خ ي ل، ص 432.
2- عقيل مهدي يوسف، جاذبية الصورة السينمائية، دار الكتاب الجديدة، ص13.
3- أحمد يوسف سعد، السينما والتربية في مصر، قراءة نقدية في ملفات الفيلم الروائي (القاهرة: مركز الدراسات والمعلومات القانونية لحقوق الإنسان، د.ت.ن)، ص08.
4- عقيل مهدي يوسف، مرجع سابق، ص 77.
5- المرجع السابق... ص 17.
6- فتحية التركي، الإنتاج المشترك أداة للنهوض بالصناعة السينمائية، في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الصناعات الإعلامية والاتصالية في الوطن العربي (تونس، 1993).
7- إبراهيم أبو عرقوب... مرجع سابق، ص ص89-91.
* أنظر أيضا: مجلة العربي، السينما... احتفالية مستمرة، يونيو 1995، ص13.
8- عبد الفتاح رياض، آلة التصوير، الطبعة الثالثة، (القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 1966)، ص18.
9- خليل صابات، وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها، الطبعة السادسة،(القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 1991)، ص380.
10- محمد عبد الرؤوف كامل... مرجع سابق، ص ص 189- 190.
11- فاروق أنيس جرار، واقع وآفاق صناعة السينما والتلفزيون في الوطن العربي في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، التصنيع الثقافي وإنشاء سوق ثقافية عربية مشتركة، مؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي (الرياض: 16 - 22 نوفمبر 2000)، ص258.
12- المرجع السابق، ص ص 265- 266.
13- المرجع نفسه، ص ص 272- 284.

خامسا – الصحيفة والمجلة:

الصحيفة:

تعتبر الصحيفة وسيلة اتصال جماهيرية أقدم من السينما والراديو والتلفزيون، تنشر الكلمة والخبر والصورة، وتحمل الفكـــرة إلى عشرات الملايين من القراء وسنتناول بداية المفهومين اللغوي والاصطلاحي للصحيفة.

الصحيفة لغة:

ورد في لسان العرب لابن منظور: أن الصحيفة التي يُكتب فيها، والجمع صحائف وصحف ويستخدم قاموس أكسفورد كلمة Press بمعنى صحافة، وتعني شيئا مرتبطا بالطبع والنشر والأخبار والمعلومات، وJournalism بمعنى صحافة أيضا، و Journalist بمعنى صحفي[1].

الصحافة (بكسر الصاد) من صحيفة جمع صحائف أو صحف، والصحيفة هي الصفحة وصحيفة الوجه أو صفحة الوجه هي بشرة الجلد.

والصحيفة أو الصفحة هي القرطاس المكتوب أو ورقة الكتاب بوجهيها وورقة الجريدة بها وجهان أي صفحتان أو صحيفتان.

ب- الصحيفة اصطلاحا:

والصحيفة هي مجموعة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة وتتضمن أخبار السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة وما يتصل بها.

وسميت صحيفة، وعليها أو منها سمي: صحافة، والمزاول لها يسمى صحفيا (بكسر أو ضم أو فتح الصاد)[2].

وباللغة اللاتينية تسمى الصحيفة بالفرنسية Journal، أي يومية وبالإنجليزية Newspaper وهي كلمة مركبة من News وتعني أخبار والثانية paper وتعني ورق ومعناها الكامل ورق الأخبار[3].

كما تُعرف أيضا بأنها: "الورقة من الكتاب بوجهيها، وصحيفة الوجه أي البشرة، والصحيفة جمعها صحف، والجريدة الصحيفة هي النشرية الدورية التي تحمل الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية المتنوعة"[4].

وتشترط أغلب قوانين الإعلام والاتصال والصحافة في العديد من دول العالم أن تكون الصحيفة متصفة بما يلي:

أ- أن تكون الصحيفة (الجريدة) أو المجلة مطبوعة.

ب- أن يكون للصحيفة اسم واحد.

جـ- دورية الصدور: فيجب أن تصدر الصحيفة بصفة دورية (يومية – أسبوعية – نصف شهرية – شهرية – فصلية).

د- انتظام الصدور: وهو التوقف الاختياري عن الصدور وليس الإجباري فالصحيفة اليومية يجب أن تصدر بانتظام كل يوم والمجلة الأسبوعية كل أسبوع وهكذا[5].

الصحافة بمعنى "Press" هي صناعة إصدار الصحف، واستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين الهيئة المحكومة فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام[6].

والصحافة بمعنى "Journalism" هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار[7].

كما تسمى الصحيفة كذلك "الوقائع" وهي التسمية التي كانت تطلق عليها في بداية القرن التاسع عشر، ومنها جريدة الوقائع المصرية كما دعاها رفاعة الطهطاوي[8].

كما سميت أيضا "غازيته" نسبة إلى قطعة من النقود كانت تباع به الصحيفة، وسميت كذلك "الجورنال" وهي كلمة فرنسية معناها "يومي" أي المنسوبة إلى اليوم للدلالة على الصحف اليومية.

ويحدد مؤرخ الصحافة الأمريكي إدوين إيمري"Edwin Emery" سبعة معايير أو سمات للجريدة هي:

1- أن تُنشر أسبوعيا على الأقل.
2- أن تطبع ميكانيكيا.
3- أن تكون متاحة للناس من كل جوانب المجتمع وفئاته.
4- أن تنشر الأخبار ذات الاهتمام العام عن تلك المجالات ذات الموضوعات المتخصصة.
5- أن يستطيع قراءتها كل من تلقى تعليما عاديا.
6- أن ترتبط بوقتها.
7- أن تكون مستقرة عبر الوقت[9].

خصائص الصحيفة:

تتميز الصحيفة بمجموعة من الخصائص أبرزها:

1- تزويد القراء بالمعلومات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والمتنوعة.
2- تحتوي على مقالات ومعلومات متعددة تناسب معظم الأذواق.
3- تتيح للقارئ قراءتها أكثر من مرة.
4- تساعد القارئ في المساهمة بطرح أفكاره.
5- تعد وثيقة تاريخية نرجع إليها لدراسة وكتابة التاريخ.
6- تسهم الصحيفة في تشكيل رأي عام مستنير؛ عن طريق العرض والتحليل والمتابعة والنقد البناء حول مسألة من المسائل لكشف الحقائق للجمهور.
7- تقوم الصحيفة بدور تثقيفي وتعليمي وترفيهي في المجتمع[10].

دور الصحيفة:

يتجلى دور الصحيفة (الجريدة) باعتبارها أداة اتصال يومي ومباشر لجمهور القراء، بغرض نقل الخبر والرأي التحليلي لهم، حسب طبيعة وتوجه كل جريدة، ودرجة انتشارها وتوزيعها، وتحتل الصحافة المكتوبة مكانة

مرموقة، إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى إلى جانب تاريخها القديم، فهي تعرض يوميا اتجاهاتها السياسية وآرائها في حل المشاكل الاجتماعية المختلفة.

كما تتعرض للأحداث والأخبار اليومية عن طريق اختيارها لبعض الأخبار ومعالجتها بواسطة الخبر، أو المقال، أو النقد أو التحقيق... الخ.

وتمتلك الصحيفة القدرة على بث الأفكار والإقناع بها، لأنها تعتمد على الكلمة المطبوعة التي تمتلكها من تحقيق تكرار العرض مع التنوع في الشكل، كما تمكنها من استثارة الانفعالات لدى قرائها، من خلال تغطية كافة مجالات الحياة وتقديم الخبر والرأي والخدمة، إلى جانب ميزات أخرى كالتحكم في أوقات التعرض وسهولة الحمل والنقل، كما أن القارئ يجد وقتا للتفكر في المعلومات التي قرأها لبلورة وجهة نظره فيها.

وتؤدي الصحيفة واجبها بالحياد وإعطاء الأخبار الصحيحة؛ فتسمى بذلك صحيفة خبر، وإما أنها تعطي آراءها واتجاهاتها السياسية مع الأخبار فتسمى عندئذ صحيفة رأي، وغالبا ما تقوم الصحيفة بإعطاء الجانبين معا.

وتظهر أهمية الصحافة المكتوبة كذلك من خلال اتساعها في العديد من الأحيان في تناول بعض القضايا والمواضيع التي تعترضها، فتقوم بتناولها من زوايا مختلفة وبأنواع صحفية متعددة، فهي بذلك تقوم ببعض المهام التي قد لا تقوم بها وسيلة أخرى مثل الراديو.

في ذلك يقول عبد العزيز الغنام أنه: "يصعب على السامع أو الناظر أن ينظر إلى الأخبار كلها نظرة مستوعبة يستطيع بها أن يحللها أو ينظمها طبقا لأهميتها وبالأخص أنه لا يمكن عن طريق الراديو إعطاء رسوم بيانية أو توضيحية، ومن هنا يزداد اهتمام القارئ بالصحافة المكتوبة وخصوصا بعد سماع أو رؤية أخبار مهمة بالراديو أو بالتلفزيون"[(11)]. "فالصحف تهم بعض القراء في دورها التقليدي كمصدر للمعلومات والأفكار عن الشؤون العامة الجادة، وقد وجد الباحثون أن القراء لا يستخدمونها فقط للحصول على

الحقائق الخام عن الأحداث الجارية وإنما من أجل التفسيرات التي يقدمها كتاب المقالات والمعلومات الخلفية والأعمدة..."[12].

– مفهوم المجلة:

المجلة وسيلة اتصال كتابية جماهيرية تصدر أسبوعيا أو شهريا أو فصليا أو سنويا وهناك العديد من المجلات المتخصصة وغير المتخصصة التي تناسب أذواق القراء.

أ – المجلة لغة:

المجلة في اللغة وردت في لسان العرب لابن منظور"المجلة صحيفة فيها الحكمة"[13].

وتعود كلمة مجلة إلى الكلمة الفرنسية Magazine المأخوذة من الكلمة العربية مخزن وقد استعمل هذا المصطلح تاريخيا لأول مرة سنة 1731م ليصف الصحيفة التي لها شكل الجريدة ولكن محتواها متنوع.

ويُعرفها فرانك لوثر موت بأنها: "مطبوع مغلف يصدر بشكل دوري طويل أو قصير ويحتوي على مادة مقروءة أو متنوعة"[14].

المجلة اصطلاحا:

هناك عدة مصطلحات تستعمل في وصف المجلة مثل:

المطبوع Publication، الدورية Periodical الجورنال Journal، ونظرة عامة أو استعراض أو معاينة Revue والكتاب Book والغازيت Gazette والأدواتOrgans ذلك أن الأداة كلمة تستعمل لتصف مجلة حزب سياسي نقابة مهنية رابطة، اتحاد أو أي منظمة من هذا النوع.

- **مميزات المجلة:**

للمجلة عدة مميزات أبرزها:

- أنها تخاطب الجمهور عن طريق الكلمة المطبوعة أو الصورة وخاصة الملونة.
- لديها وقت كاف للتعمق في الموضوعات بطريقة علمية مقترنة بالفن الصحفي والاهتمام الإنساني.
- المجلة منبر للنقاش بين القراء، فهي تعالج بعمق وأكثر إفاضة من وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى.
- يمكن قراءتها أكثر من مرة والاحتفاظ بها مدة طويلة قد تكون سنوات.
- قراءة المجلة أقل نسبة من قراءة الصحيفة(15).

وظائف المجلة:

للمجلة عدة وظائف منها:

- أنها وسيلة مكملة، لا منافسة لوسائل الإعلام الأخرى.
- تعمل المجلة على تعميق الروابط الثقافية بين القراء.
- المجلة مُعلم قليل التكاليف، إذ أنها تقدم للجمهور في حياته اليومية الكثير من المشورة والنصائح.
- تذكر المجلة عادة تقارير عن الكتب الحديثة التي صدرت، أو نبذة قصيرة عنها؛ وكذلك عن المسرحيات والأفلام والأسطوانات الموسيقية، أي أنها تحث القارئ على أن يكتشف ويتقصى عن مصادر أخرى من المعلومات.

الفرق بين الجريدة والمجلة:

هناك ثلاثة معايير للتفرقة بين الجريدة والمجلة هي:

أ- **المعيار الأول:** وهي الفترة الزمنية لتتابع الصدور، فالصدور اليومي أو الأسبوعي لصحيفة ما كونها جريدة.

ب– المعيار الثاني: هو المادة التحريرية، ففي الجريدة يكون الخبر في المحل الأول، وفي المجلة يكون المقال بأشكاله المختلفة، والتقرير الصحفي والريبورتاج والصور والرسوم و الطرائف والقصص.

ج– المعيار الثالث: هو الحجم، فقد درجت الجرائد أن تكون في حجم أكبر كما درجت المجلات خلال تاريخها العالمي أن تكون في حجم أصغر على الرغم من صدور صحف يومية بالحجم النصفي (التابلويد) وعلى الرغم من صدور مجلات بحجم الصحف اليومية.

وإلى جانب هذه المقاييس هناك معايير ثانوية حددها الباحثون بنوع الورق والغلاف واستخدام الألوان وطريقة الطباعة والإخراج الصحفي[16].

ومن حيث التقسيم تقسم الصحف بحسب صدورها إلى حكومية وحزبية ومستقلة، وصحف مؤسسات.

كما تقسم حسب دوريتها إلى يومية وأسبوعية، أما من حيث المضمون فتقسم إلى صحافة خبر وتحقيق ورأي وسرية وعلنية ومحلية ووطنية وعالمية ومتخصصة.

أما المجلات فمنها المجلات الإخبارية، ومجلات الرأي، والمجلات الفكرية، ومجلات الصفوة، والمجلات الفكاهية، ومجلات العلاقات العامة[17].

نماذج التخطيط في الصحف:

هناك مجموعة من المراحل التي تمر بها الصحيفة قبل بداية صدورها وهي كما يلي[18]:

التخطيط الاستراتيجي قبل إصدار الصحيفة:

والمقصود به مجموعة الخطوات التي يتم اتخاذها قبل إصدار الصحيفة وفي الوقت نفسه تحكم الصحيفة في جوانبها المختلفة بعد الإصدار.

ويشترك في وضع التخطيط الاستراتيجي الناشر ورئيس التحرير وكبار معاونيه وهم يمثلون الإدارة العليا.

وقد تبنى الخطة النهائية على أساس: الخبرة الشخصية والتجارب السابقة، وقد يستعان أحيانا بقسم البحوث في المؤسسة أو بمستشار أو خبير أو مكتب البحوث.

ويمر هذا التخطيط قبل إصدار الصحيفة أو حتى المجلة بثلاث مراحل رئيسة هي:

أ- **الدراسة التفصيلية لجدوى إصدار الصحيفة:** حيث يهدف التحديد الدقيق لجدوى إصدار الصحيفة من الناحية التسويقية والفنية والاقتصادية والصحيفة والمقارنة بين المداخيل المختلفة التي يمكن أن ينفذ بها المشروع.

وتشمل الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع تحديد مواصفات الصحيفة المراد إصدارها، وجمع المعلومات عن السوق من حيث الطلب الحالي على الصحف والصحف المنافسة والأسعار الحالية والإعلانات المتوقعة واتجاهات الجمهور وجمع المعلومات عن الجوانب الفنية والاقتصادية والأجور الحالية...

ب- **اتخاذ مجموعة من القرارات الأساسية المتعلقة بالجوانب المختلفة لإصدار الصحيفة:** وتشمل هذه القرارات كل جوانب العمل الصحفي وتتضمن ما يلي:

- **قرارات على المستوى التحريري:** تتعلق بالسياسة التحريرية العامة للصحيفة التي تعكس شخصية الصحيفة، ولها علاقة مباشرة بهدف الصحيفة واتجاهها السياسي.

- **قرارات على المستوى الاقتصادي:** تتعلق بتدبير الأموال اللازمة لإصدار الصحيفة، لأنها مشروع تجاري وصناعي يحتاج لأموال لإعطاء أجور المحررين والمصورين والإداريين والفنيين وشراء المواد الخام والمعدات والسيارات، وإيجار

المباني، وتشمل تلك القرارات اختيار نمط الملكية (فردية ملكية المشاركة شركة ذات مسؤولية محدودة...)، وكذا اختيار مصدر التمويل الذي يتأتى من أربعة مصادر هي:

– التوزيع أو عائد عمليات بيع نسخ الصحيفة وتشكل 40 بالمائة من مصادر الدخل المتوقع.

– إيرادات الإشهار وتشكل أكثر من 50 بالمائة.

– اشتراكات القراء.

– الدعم الحكومي خاصة في بلدان العالم الثالث.

– **قرارات على المستوى الفني:** وهي القرارات التي ستحدد شكل الصحيفة أو المجلة وتشمل: التصميم الأساسي واختيار نوع الطباعة والتصفيف ونوع كل من الورق والحبر وقطع الصحيفة (نصفي أو عادي) وعدد الصفحات وعدد النسخ من كل طبعة والغلاف بالنسبة للمجلة.

– **قرارات على المستوى البشري:** وهي التي تتعلق بتوفير العنصر البشري الذي يقوم بإصدار الصحيفة أو المجلة، ويمكن الحصول على العنصر البشري عن طريق الإعلان في الصحف، أو الاتصال بكليات وأقسام الإعلام والاتصال والاستعانة بخريجيها.

– **قرارات على المستوى التنظيمي:** وذلك بضبط العلاقات بين الأشخاص وفي أغلب الصحف يوجد قسمان: الأول يطلق عليه قسم التحرير والثاني قسم الإدارة، ونجد في بعض الصحف الأخرى القسم التقني الذي يتولى أعمال التصحيح والتصفيف.

– **قرارات على المستوى القانوني:** وهي قرارات تتعلق بالكيان القانوني وذلك باختيار الشكل القانوني للمشروع (فردي، تضامني، شركة ذات مسؤولية محدودة، شركة مساهمة...)، وكذلك الحصول على ترخيص لإصدار الصحيفة

من الهيئة الوصية (وزارة الاتصال والثقافة في الجزائر حاليا) وسابقا المجلس الأعلى للإعلام.

ت- وضع خطة أو جدول زمني لتنفيذ إصدار الصحيفة: ويبدأ بوضع جدول زمني لإصدار الصحيفة أو المجلة؛ يتم من خلاله الاتصال بالمعلنين وشركة التوزيع والطباعة واستكمال الجهاز التحريري والحصول على ترخيص الإصدار، وتجهيز العدد التجريبي الأول ثم طباعته والاتفاق مع وكالات الأنباء والصور وغيرها...

التخطيط اليومي بالجريدة:

يتحتم على كل أقسام الصحيفة أن تعمل في تعاون كامل وانسجام يضمن استمرارية صدورها؛ ففي الجريدة الصباحية اليومية يبدأ العمل لوضع الخطة في جهاز التحرير بها على الساعة العاشرة صباحا، حيث يجتمع كل رئيس قسم بصحفيي قسمه لوضع خطة العمل المبدئية للقسم، وبعدها ينطلق المحررون لإنجاز أعمالهم المكلفين بها، ويعقب اجتماعات الأقسام اجتماع آخر لهيئة التحرير يضم رئيس التحرير ورؤساء الأقسام لتحديد كل مساحة تحجز لكل موضوع[19].

التخطيط الأسبوعي بالمجلة:

يبدأ وضع خطة العمل لإصدار عدد جديد من المجلة (الأسبوعية) بعقد اجتماع أسبوعي لجهاز التحرير بالمجلة، وغالبا ما يكون يوم صدور العدد الجديد منها، ويحضر هذا الاجتماع قيادات جهاز التحرير المتمثلة في رئيس التحرير ومدير التحرير ونائب رئيس التحرير والمشرف الفني وسكرتير التحرير ورئيس قسم التصوير، بالإضافة إلى جميع المحررين العاملين في المجلة بصفة دائمة ثابتة، وفي هذا الاجتماع يتم تقويم العدد الأخير والتخطيط للعدد القادم.

وبالنسبة للمحررين فإنهم يخرجون من الاجتماع الأسبوعي الموسع ليبدأ كل منهم في تنفيذ الموضوعات التي كلفوا بها في الاجتماع ضمن إطار خطة العدد القادم، وبعد أن ينتهي المحرر من إعداد ما كلف به يسلمه مكتوبا إلى رئيس التحرير حسب الاختصاص الذي يراجعه، وبعد إجازته يرسله إلى المشرف الفني ومنه إلى مصلحة الجمع والتصفيف[20].

الصحافة كصناعة:

يحدد صليب بطرس خصائص متطلبات الصحافة كصناعة في الجوانب التالية:

1- تحتاج الصحافة مثل أي صناعة إلى عناصر الإنتاج المعروفة وهي: رأس المال والعمل والمنظمة.

2- تحتاج الصحيفة إلى رأس مال ضخم، ذلك أنها مشروع استثماري كبير ينطوي على نسبة كبيرة من المخاطرة.

3- الصحيفة منتوج سريع الكساد، حيث تعتبر إحدى المواد الأكثر تلفا وبوارا، ويؤكد ذلك المقولة التالية: "ليس أقدم من صحيفة الأمس".

4- تتميز الصحيفة باعتمادها على حكم جمهور القراء أكبر من حكم مستهلك أية سلعة أخرى، ذلك أن العلاقة بين القارئ والصحيفة متميزة.

5- تتميز صناعة الصحافة بعمق المنافسة وشدتها في مجالاتها المختلفة بين المؤسسات المتنافسة.

6- على الرغم من المميزات المادية للصحيفة المتطورة جدا، فإنه في مجال تغطية الأخبار وتحليلها والتعليق عليها؛ ما زال العنصر البشري هو العامل الأكثر تأثيرا في صناعة الصحافة، ولذلك ستظل الصحافة تعكس عواطف الصحفي ومشاعره الخاصة وقدراته الفنية وكفاءته التي لا يستطيع طرحها جانبا وهو يتولى معالجة أي موضوع.

7- أن الصحافة تقوم على نزعات إنسانية كثيرة كحب الاستطلاع والفضول وقبول الجمهور، وكذا استجابة العين أكثر من الأذن[21].

كما تتميز الصحيفة بالطابع المزدوج، أي أنها تمثل سوقا مزدوجا بإنتاج واحد، وبذلك فهي منتوج واحد يباع مرتين: مرة للقارئ بالعدد، ومرة للمعلن عن طريق مداخيل الإعلان التي تُدفع مسبقا للصحيفة.

المؤسسة الصحفية:

يقصد بالمؤسسة: "المنشأة أو الهيئة التي تتولى إصدار الصحف أو الصحيفة وتتخذ هذه الوحدة الاقتصادية الشكل القانوني وتختار الكيان الإداري الذي يتلاءم مع اعتبارات كثيرة".

ولأهداف المؤسسة الصحفية بعدان:

البعد الأول: يتعلق بمضمون الرسالة الإعلامية، ويتضمن عددا من الأهداف النوعية يمكن حصرها في:

– **الأخبار:** دعم المبادئ والأسس التي يقوم عليها المجتمع.

– رفع المستوى الفكري والثقافي، ونشر الوعي السياسي لتكوين رأي عام مستنير.

– الإمتاع والترويح عن القراء بالمادة الخفيفة.

البعد الثاني: يتعلق بتحويل الصحافة إلى صناعة لها متطلباتها وأدواتها ويشمل عدة أهداف فرعية أبرزها:

– تحقيق الربحية، مما يضمن عائدا استثماريا على رأس المال يكفل لها الإستمرارية في تقديم خدماتها ويحقق رسالتها الإعلامية.

– الاستقلال المالي بما يضمن لها الاستقلالية التامة، وهذا البعد يرتبط بالإعلان الذي يمثل 60 بالمائة من دخل المؤسسة الصحفية[22].

نماذج من المؤسسات الصحفية الجزائرية:

سنتعرض في هذا العنصر لنموذجين من الصحف الجزائرية وهما: صحيفتا الخبر والوطن التابعتان للقطاع الخاص في الجزائر، وذلك من حيث الهيكلة والدور.

صحيفة الخبر:

تأسست صحيفة الخبر في الفاتح من نوفمبر 1990 على شكل شركة مساهمة برأسمال ابتدائي يقدر بـــ30.1600 د.ج، حيث تُعد أول صحيفة جزائرية مستقلة صدرت باللغة العربية.

وقد تمت هيكلة شركة المساهمة "الخبر" وفق قانونها الأساسي الذي يطبع مثل هذا النوع من الشركات ذات الطابع التجاري في الشكل، حيث يتولى إدارتها مجلس إدارة الشركة الذي يحوي كل المساهمين، ويمارس هذه السلطات للتصرف في كل الظروف باسم الشركة، ويقوم رئيس هذا المجلس بالإدارة العامة وتمثيل الشركة مع الغير.

وإلى جانب مجلس الإدارة والرئيس المدير العام؛ نجد رئيس التحرير الذي يكون مكلفا بالسهر على تحرير ونشر مضامين الصحيفة.

وتحتوي اليومية على خمسة أقسام هي:

- **القسم الوطني:** ويتولى تغطية الأحداث والأخبار الوطنية والجهوية والمحلية.
- **القسم الدولي:** يتولى صحفيوه تحرير تقارير عن أخبار الساعة التي تحدث في العالم، فضلا عن إجراء لقاءات صحفية مع بعض الشخصيات السياسية الأجنبية.
- **القسم الثقافي:** يقوم هذا القسم بتغطية المهرجانات الثقافية الوطنية ومعالجة مختلف القضايا الثقافية...

- **القسم الرياضي:** يقوم بالتغطيات الإعلامية لمختلف النشاطات الرياضية المحلية والوطنية والدولية.
- **قسم المنوعات:** تسهر من خلاله الصحيفة على تسليط الضوء على الواقع الاجتماعي للمواطن الجزائري بواسطة الأخبار والتحقيقات.
- **القسم الصحي:** يشرف عليه طبيب، يقدم من خلاله الإرشادات الصحية، كما يجيب عن مختلف الأسئلة.

ويقدر الطاقم الصحفي العامل بالصحيفة بأكثر من تسعين (90) صحفيا، إلى جانب (60) مراسلا من متعاون ودائم[23].

صحيفة الوطن:

صحيفة الوطن مؤسسة ذات أسهم برأسمال 5.148 د.ج، ويقدر عدد صحفييها بـــ 32 صحفيا، فضلا عن عدد من المراسلين والمتعاونين إلى جانب مكاتب الصحيفة الثلاثين في مختلف أنحاء الوطن، ويصل سحبها إلى 100.000 نسخة.

وتتكون صحيفة الوطن من عدة أقسام أهمها:

- **قسم التحرير:** يتكون من رؤساء الأقسام والصحفيين، ومهمة هذا القسم تكمن في تحضير المادة الإعلامية لكل يوم.
- **قسم التوثيق:** يقوم بتوفير المعلومات (مقالات، مجلات، كتب، صور...) للصحفيين، كما يقوم بحفظ المعلومات بالطريقتين الإلكترونية والتقليدية.
- **قسم الإشهار:** ويقوم موظفو هذا القسم باستقبال المعلنين وبرمجة طلباتهم لنشرها.
- **قسم الإدارة والمالية:** ويتولى مهمة التسيير المالي، كما يتكفل بدفع أجور العمال، ومتابعة عملية البيع والتعامل مع شركة التأمين، وكذا مصلحة الضرائب.

- **قسم الوسائل العامة:** وتكمن مهمته في توفير الوسائل التي تحتاجها الصحيفة من أجهزة وعتاد وسيارات...

وبالنسبة للإشهار الذي يعد منبع كل الصحف، وهو مورد مالي لا غنى عنه تتحصل صحيفة الوطن على مجمل أموالها من الإشهار وتخصص له صفحات معينة في صفحاتها[24].

الصحيفة في عصر المعلومات:

تتميز صحيفة عصر المعلومات خاصة في بعض دول العالم المتقدم بمجموعة من الخصائص والسمات أبرزها:

1- **الحوسبة الكاملة للعملية الصحفية:** فهناك استعمال متسع لأجهزة الإعلام الآلي من قبل الصحفيين الذين يعالجون بواسطتها المعلومات، كما أصبحت الصحف الآن تنتج ليتم قراءتها على شاشات الحاسبات الإلكترونية المرتبطة بشبكات المعلومات، كما يستطيع الصحفي من خلال جهاز الإعلام الآلي المحمول أن يكتب الموضوع الصحفي في أي مكان داخل البلد الذي تصدر فيه الصحيفة أو خارجها.

2- **الاهتمام بالتفسير والتحليل:** وذلك بالسعي للوصول إلى خلفيات وتفاصيل وأسباب الأحداث، مما يمكن من فهم الخبر واستيعابه ووضعه في إطاره الشامل.

3- **العمق المعلوماتي:** الذي يساعد على عملية التحليل بسبب الانفجار المعلوماتي الضخم الذي يشهده العالم.

4- **الميل للتخصص:** وذلك بظهور الجرائد والمجلات المتخصصة التي تعكس الميولات المختلفة والمتخصصة لجمهور القراء من سياسية واقتصادية وفنية وثقافية ورياضية، وسيارات وطهي...

5- الميل للإقليمية: وذلك للتغلب على المنافسة الشديدة للتلفزيون وللتقليص من نفقات التوزيع.

6- الميل للدولية: وذلك بطبع الجريدة في أكثر من بلد، وفي أكثر من قارة لأن العالم أضحى قرية صغيرة.

7- المحرر المؤهل للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة: حيث أضحى المحرر الصحفي مطالبا باستيعاب أساليب استخدام الحاسبات الإلكترونية، بكل تجهيزاتها وبرامجها الموظفة في العمل الصحفي، وأجهزة الفاكسميلي وكاميرات التصوير الرقمية والتعامل مع بنوك المعلومات وأشكالها المختلفة.

8- المعالجة الصحفية العلمية لبعض القضايا الجماهيرية: حيث تتجه بعض الصحف إلى معالجة بعض المواد الصحفية؛ من خلال توظيف بعض أدوات البحث العلمي في جمع المعلومات الخاصة بموضوع صحفي، وفي معالجتها وتحليلها مثل أداة تحليل المضمون وأداة للاستقصاء، وقياس الرأي العام وذلك من أجل الوصول إلى نتائج أكثر دقة وموضوعية مما يعطي المضمون الصحفي مصداقية أكثر.

9- الدراسة المستمرة لاتجاهات القراء: ويرجع ذلك الاهتمام بالتعرف المستمر على اتجاهات القراء، والأداء الصحفي للجرائد والمجلات من خلال دراسات القراء الميدانية وعقد حلقات نقاش مع عينات من القراء...

10- التصحيح الذاتي لسلبيات الممارسة الصحفية: ومثال ذلك ما تقوم به بعض الصحف حاليا؛ بتعيين بعض كبار محرريها المخضرمين في وظيفة محكم يكون بمثابة المقوم اليومي لأداء الصحيفة[25].

الهوامش

1-محمود علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفي، (القاهرة: د.د.ن، 2004)، ص4.

2- المرجع السابق... ص3.

3- سعيد الصويعي، فن صناعة الصحافة: ماضيه، حاضره ومستقبله، (طرابلس: المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، 1984)، ص17.

4- سامي ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام: الموضوع، التقنية والتنفيذ، الطبعة الثانية، (بيروت: دار المسيرة، 1987)، ص 153.

5- محمود علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفي... مرجع سابق ص ص5- 6.

6- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، (القاهرة: دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1985)، ص124.

7- محمود علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفي... مرجع سابق، ص7.

8- المرجع نفسه، ص9.

9- المرجع نفسه، ص ص11-12.

10- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 993)، ص ص247- 254.

11- عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة: الصحافة اليومية، الجزء الأول، (بيروت: دار النجاح، 1972)، ص 15.

12- وليام ريفرز (وآخرون)، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إبراهيم إمام، (القاهرة: دار المعرفة، 1975)، ص 349.

13- غازي زين عوض الله، الأسس الفنية للمجلة، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997)، ص9.

14- غازي زين عوض الله... مرجع سابق، ص10.

15- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي... مرجع سابق، ص25.

16- غازي زين عوض الله... مرجع سابق، ص ص14- 16.

17- المرجع نفسه، ص ص24- 25.

18- فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية... مرجع سابق.

19- المرجع نفسه، ص ص43- 51.

20- المرجع نفسه، ص ص51- 54.

21- محمود علم الدين وأميرة العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي... مرجع سابق، ص ص50- 52.

22- المرجع السابق، ص ص42-43.

23- نسيمة مقبل، الأخبار الاجتماعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية: مقارنة تحليلية ليوميتي الخبر والوطن من سنة 1991 إلى سنة 2000، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2002، ص ص 35-37.

24- المرجع السابق، ص ص 39-41.

25- المرجع السابق، ص ص65- 69.

سادسا – الإذاعة:

يُعتبر الراديو وسيلة اتصال جماهيرية سمعية إلكترونية تم اختراعها على يد ماركوني "Guglielmo Marconi" سنة 1894[1].

حيث تمكن من إرسال أول إشارة لاسلكية عبر المحيط الأطلسي من خلال جهاز اللاسلكي في سنة1901.

وكان أول استخدام للراديو هو الاتصال بين السفن والموانئ، ولا يزال يستخدم للغرض نفسه، ولأغراض أخرى كثيرة.

خصائص الإذاعة (الراديو):

تتميز الإذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية بالخصائص التالية:

- السرعة والفورية في نقل الأخبار من مواقع الأحداث.
- اتساع نطاق التغطية الجغرافية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي فباستخدام الموجة القصيرة والمتوسطة تصل الكلمة الإذاعية إلى أطراف العالم في أقل من1/7 ثانية.
- لا توجد حواجز تحول دون الإنسان والكلمة المذاعة؛ نظرا لقدرة الموجات الإذاعية على تخطي الحواجز الطبيعية والحدود السياسية والجغرافية والعسكرية والرقابة والتشويش لتصل إلى أي مكان تريد.
- جمهور الإذاعة عريض وغير متجانس، وبرامجها متنوعة لتناسب أذواق معظم الجماهير.
- يمكن مخاطبة كل مستمع بلغته, فمثلا تبث صوت أمريكا بـــ 47 لغة وهيئة الإذاعة البريطانية بـــ 38 لغة.
- لا تحتاج الكلمة الإذاعية إلى معاناة القراءة, حيث نستطيع الاستماع ونحن نقوم بنشاطاتنا المختلفة.

- البث الإذاعي رخيص، وكذلك إعداد وإنتاج وتقديم البرامج علاوة على رخص وتوفر أجهزة الاستقبال لكل الجمهور المستهدف[2].
- الراديو جهاز صغير الحجم سهل الحمل، ويسهل نقله من مكان لآخر وسهل الاستعمال بالنسبة للتلفزيون، كما أنه يشغل حيزا أو مكانا أقل.
- مع استخدام الأقمار الصناعية في البث الإذاعي أصبح يمكن للإرسال الإذاعي أن يصل إلى أكبر مساحة مما سبق، وبقوة أكثر وضوحا[3].

أجهزة بث الراديو:

تتنوع أجهزة إرسال وبث موجات الراديو، أو نظم بث الراديو إلى نوعين:

النوع الأول: "Amplitude Modulation" (AM) الذي يبث إشاراته بشكل رأسي في الفضاء أو إلى أعلى، وقد كان حتى حرب العالمية الثانية ومداه أطول من (FM)، ولذلك فإن إرساله يغطي مساحات أكبر.

النوع الثاني: "Frequency Modulation" (FM) الذي يبث إشاراته الإذاعية بشكل أفقي وهو أكثر نقاء أو صفاء من نظام الــ(AM)، ويذيع الموسيقى والأغاني بصوت مجسم (Stereo phonic)[4].

يبلغ محطات الراديو في أمريكا 8360 محطة مملوكة ملكية خاصة، تغطي تكلفتها وتحقق أرباحا من عائد الإعلانات، يوجد منها 65 محطة إذاعية تقريبا في منطقة نيويورك، و60 في شيكاغو، تتنافس على جذب أكبر عدد من المستمعين، وأشهرها شبكاتCBS وNB وABC.

العمل اليومي بالراديو:

عادة ما يبدأ البرنامج اليومي في الدول العربية والإسلامية بالنشيد الوطني أو بالقرآن الكريم وفي الدول الأخرى بموسيقى خفيفة ونشرات إخبارية متتالية ومختصرات لها (مواجيز أنباء)، ثم تبطأ سرعة البرامج في حوالي الساعة التاسعة

حيث ترسل برامج ذات محتوى إخباري خفيف، ثم تزداد نسبة الأخبار والمواد الإخبارية في الساعة الثانية عشرة ظهرا حتى الثالثة بعد الظهر، ثم تبدأ البرامج الترفيهية والتعليمية حتى الخامسة مساء حيث تبدأ برامج الأطفال.

وفي الساعة السادسة أو السابعة مساء تبدأ البرامج المسائية حتى العاشرة ليلا وتكون برامج هذه الفترة مشحونة بالقصص الإخبارية والريبورتاجات، ثم تأتي بعد ذلك برامج السهرة التي غالبا ما تكون مشحونة بالموسيقى والأغاني والمسرحيات والمسلسلات، ويستمر ذلك حتى ينتهي اليوم الإذاعي بنشرة مختصرة للأحداث والأخبار اليومية[5].

البرمجة الإذاعية:

يرأس إدارة البرامج الإذاعية مدير البرامج، ويُعهد إليه تنظيم الإنتاج البرامجي في المحطة الإذاعية.

ويقصد بتنظيم الإنتاج اختيار البرامج —إنتاجها— وإعداد خريطة البرامج بما يتناسب مع احتياجات ورغبات ومصلحة جمهور المحطة ويكلف مدير البرامج بكتابة تقارير عن البرامج المختلفة التي تقدمها المحطة وتُرفع إلى رئيس المحطة الإذاعية.

ويتسم مدير البرامج بمجموعة من الصفات، أهمها أن يكون شخصية قيادية، وعلى علم وفهم عميق لطبيعة جمهور المحطة، وأن يكون قادرا على توزيع البرامج المختلفة وفقا لأهدافها الإعلامية على خريطة الإرسال وأن يتميز بالقدرة على تقييم البرامج وإدارة الشؤون الداخلية للإدارة التي يرأسها ويربطها بكافة القطاعات والإدارات الأخرى للمحطة الإذاعية، وهو الذي يشكل فريق العمل الإذاعي لإنتاج البرامج المختلف، ويتوقف على حسن إدارته للبرامج نجاح المحطة واجتذابها لأكبر عدد ممكن من الجمهور[6].

ويمر الإنتاج الإذاعي بعدة مراحل هامة لإنتاج البرنامج الإذاعي وتتمثل تلك المراحل فيما يلي:

أ- تحديد الجمهور المستهدف.
ب- اختيار الفكرة وموضوع البرنامج.
ج- الإعداد للبرنامج.
د- مرحلة تنفيذ البرنامج(7).

الراديو في الوطن العربي:

عرفت مصر الإذاعة في أواخر النصف الثاني من عشر ستينيات القرن العشرين، وكانت مملوكة لأحد الخواص, وأنشأت الحكومة محطة إذاعية رسمية عام 1934.

والإذاعة في مصر والدول العربية، عدا لبنان فهي مملوكة للحكومة.

وقد دخلت الإذاعة معظم دول المنطقة العربية عن طريق قوات الاحتلال الفرنسي والإيطالي؛ كما في حالات لبنان وليبيا والجزائر لخدمة مصالح هذه الدول المستعمرة بالدرجة الأولى.

وتختلف النشأة من دولة لأخرى, فقد بدأت في السودان عام 1940 وفي لبنان عام 1938 وفي تونس سنة 1935 وفي الجزائر عام 1952 وفي المغرب سنة 1928(8).

واقع مؤسسة الإذاعة الجزائرية:

إن الإذاعة الجزائرية لا يختلف حالها كثيرا عن التلفزيون على الرغم من تفوقها عليه من ناحية الكفاءة والأداء، وقد جرت محاولات لتحسين أداء الإذاعة الجزائرية، وذلك بتنويع لغات البث ومحتوياته ومناطقه فهي تمتلك ثلاث قنوات إذاعية وطنية هي:

القناة الأولـــى: تبث بالعربية على مدار أربع وعشرين ساعة.

القناة الثانيـــة: تبث بالأمازيغية.

القناة الثالثـــة: تبث بالفرنسية.

القناة الدولية: وتبث بالعربية والفرنسية والأنجليزية والإسبانية.

كما تضم الإذاعة الجزائرية قنوات أخرى مثل: الإذاعة الثقافية و متيجة والبهجة وإذاعة القرآن الكريم.

وتضم كذلك ما يزيد عن 40 محطة إذاعية محلية، حيث تسعى إدارة الإذاعة الآن إلى تعميم الإذاعات المحلية عبر كل ولايات الوطن.

وتتوزع الإذاعات المحلية في الولايات التالية:

- أدرار – الشلف – الأغواط – باتنة – بجاية – بسكرة – بشار – تمنراست – تبسة – تلمسان – تيارت – متيجة (العاصمة) – سطيف – سكيكدة – سيدي بلعباس – عنابة – قسنطينة – مستغانم – مسيلة – معسكر – ورقلة – وهران – البيض - إيليزي - تندوف – الوادي – النعامة – غرداية – خنشلة – سعيدة – جيجل – قالمة – الجلفة – عين الدفلى – برج بوعريريج – أم البواقي- سوق أهراس - غليزان - عين تيموشنت – تيسمسيلت .

وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91-102 المؤرخ في 05 شوال عام 1411هـ الموافق 20 أفريل 1991 الذي يحول المؤسسة الوطنية الإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة.

ففي مادته الأولى تحولت مؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة المحدثة بموجب المرسوم رقم 86-146 المؤرخ في أول يوليو سنة 1986 إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمى: "المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة" يكون مقرها بمدينة الجزائر.

وبموجب هذا المرسوم تتمتع المؤسسة بالشخصية المعنوية من القانون العام وباستقلالية التسيير.

كما يُحدد ذات المرسوم في مادته العاشرة تنظيم المؤسسة في شكل مديريات ووحدات يديرها مدير عام (المادة 11) يعين هذا الأخير بمرسوم رئاسي (المادة 12) ويساعد المدير العام مديرو القنوات (المادة 14) [9].

وتتكون الإذاعة الوطنية من مديريات مركزية و هي:

- مديرية القناة الأولى.
- مديرية القناة الثانية.
- مديرية القناة الثالثة.
- مديرية الإدارة والتكوين.
- مديرية الموارد المالية.

وفيما يتعلق بإيرادات المؤسسة نجد أبرزها التمويل المقدم من ميزانية الدولية والإيرادات ذات الصلة بالمؤسسة والقروض المبرمة في إطار التنظيم المعمول به فضلا عن الهبات والوصايا (المادة 22) من باب التسيير المالي [10].

وعلى الرغم من كل هذه المجهودات فإن الإذاعة الجزائرية لا تزال هي الأخرى تحتاج إلى مزيد من الإحترافية والجدية والوضوح في العمل والأهداف والمعالم لتساير التطورات الكبرى المتسارعة في العالم.

الهوامش

1- Harry Edward Neal, Communication from the stone Age to space Age, (New York: Julian Messner, INC, 1960),pp29-30.

2- إبراهيم أبو عرقوب... مرجع سابق، ص 92-93.

3- محمد عبد الرؤوف كامل، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس... مرجع سابق ص ص201-202.

4- Agee, Ault And Emery, opcit...pp.209-211.

5- محمد فريد عزت... مرجع سابق.

6- سوزان القليني وهبة الله السمري، التدريب والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1998)، ص ص40-41.

7- المرجع السابق، ص41.

8- خليل صابات، وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها... مرجع سابق، ص ص434-466.

9- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 24 أفريل 1991، السنة الثامنة والعشرون، العدد 19.

10- المرجع السابق.

سابعا – التلفزيون:

يُعد التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية سمعية بصرية، وقد أسهم جون بيرد John.L.Baird الاسكتلندي وغيره من المخترعين في صناعة أول كاميرا تلفزيونية سنة 1926، وبعدها بعامين أرسل أول رسالة (صورة تلفزيونية) من بريطانيا إلى أمريكا(1).

وقد كان التلفزيون في بدايته بالأبيض والأسود، لكنه أصبح ملونا في منتصف السبعينيات من القرن العشرين.

ويُعتبر التلفزيون أقوى وسائل الإعلام التي ظهرت في القرن العشرين ويتميز بمزايا عديدة يشارك فيها باقي وسائل الإعلام وينفرد دونها بمزايا أخرى حيث يقدم للمشاهدين المعارف والأفكار والخبرات في مشاهد متكاملة تعتمد على الصورة الحية المعبرة المقترنة بالصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الأحداث والوقائع(2).

ويُعتبر التلفزيون من أهم الاكتشافات في القرن العشرين في ميدان الاتصال، وذلك للمزايا الشكلية التي يتفوق بها على وسائل الاتصال الأخرى، حيث يجمع بين الصوت والصورة خاصة بعدما أصبحت ملونة، واستطاع أن يحقق انتشارا في أنحاء العالم، ومما زاد من الإقبال عليه أنه وسيلة للقطات المقربة تصلح للكشف عن الشخصية وملامحها أكثر منها لنقل الأحداث(3).

وبالمقابل فهو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت لتوليد الانطباعات وإثارة الأفكار عند الناس(4).

خصائص التلفزيون:

إذا كان للرسالة ولخصائصها الذاتية أهمية كبرى في التأثير على المتلقي فإنه قد يكون لوسيلة الرسالة دور حاسم في ذلك، وقد يصل الأمر إلى حد جعل لكل وسيلة رسالتها.

ولذلك تختلف الوسائل الإعلامية في التأثير على الإنسان أو الجمهور وفقا لخصائص الرسالة والهدف المتوخي منها، ولطبيعة الجمهور حيث تنفرد الوسائل السمعية البصرية عموما والتلفزيون على وجه الخصوص عن المواد المطبوعة بمجموعة من الميزات أبرزها:

- التلفزيون وسيلة اتصال إلكترونية جماهيرية تزودنا بالصوت والصورة والحركة واللون.
- تتميز التلفزة بحيازتها على أوسع جمهور ويليها في ذلك الراديو.
- المشاهدة التلفزيونية عادة جماعية وتكلفتها رخيصة.
- يمكن مخاطبة المشاهد بلغته عن طريق ترجمة البرامج إلى أكثر من لغة.
- جمهور التلفزيون متنوع الثقافات والتعليم والأديان والأجناس وحتى اللغات[5].
- تعتبر وسائل الإعلام السمعية البصرية مجالا مفضلا للشعور والعاطفة.
- تنفرد التلفزة بعملية التأثير السريع، ولكنه يتلاشى بسهولة أكبر مع مرور الوقت.
- كما ينفرد التلفزيون بالجمع بين الصوت والصورة, خاصة مع ميل الإنسان لتصديق ما رآه أكثر مما سمعه.
- يمكن مشاهدة التلفزيون والاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى، كما يعطينا حرية اختيار أكثر من قناة.
- الراديو والتلفزيون بإمكانهما تخطي حاجزي الزمان والمكان، واجتياز حاجز الأمية خاصة في بلدان العالم الثالث التي يقل فيها عدد المتعلمين.
- مجال التغطية التلفزيونية محلي و إقليمي وعالمي عبر الأقمار الصناعية.
- يقول أحد الباحثين: "النقطة الأساسية فيما يتعلق بالتلفزيون هي أن قدرا كبيرا من الطاقة يصدر عن الجهاز تجاهك، بينما أنت جالس هناك في حالة سلبية وهذه الطاقة تدخل إليك وحين تغلق الجهاز يتعين على تلك الطاقة أن

تخرج ثانية والذي ألاحظه في أطفالي؛ أنها تخرج بطريقة غبية جدا-غير واعية- طاقة... نوبة غضب قصيرة ينفجرون في أثنائها بين دفع ودَسْر بسبب عدم الرضا"[6].

- "إن التجربة التلفزيونية من دون أن تختلف عن المخدرات أو الكحول تتيح للمشارك محو العالم الحقيقي والدخول في حالة عقلية سارة وسلبية".

وهكذا تكتسب عملية المشاهدة التلفزيونية بالنسبة للكثير من المشاهدين أهمية تتجاوز المضامين الفعلية للبرامج التي يشاهدونها"[7].

التلفزيون في الوطن العربي:

قبل التطرق إلى الوطن العربي لابد من التعرض إلى تطور التلفزيون عبر العالم حيث بدأت فترة الانتعاش الذهبية للتلفزيون بين عامي 1952 و1953م وأخذت شبكات الإذاعة بالراديو أمثال " National Company Broadcasting"واختصارها (NBC)، و" Columbia Broadcasting System" واختصارها (CBS) تركز على البث التلفزيوني.

وفي عام 1955 كان هناك 439 محطة تلفزيونية و33 مليون جهاز استقبال تلفزيوني، وفي عام 1960 بلغ عدد المحطات 533 وعدد أجهزة الاستقبال 55 مليونا.

وفي منتصف عام 1984 بلغ عدد محطات التلفزيون التجارية؛ أي الخاصة التي تعتمد على الإعلانات في التمويل وتحقيق الأرباح 896 محطة بالإضافة إلى 285 محطة تلفزيون تعليمية[8].

أما الدول العربية فإن أغلبها عرف التلفزيون خلال الستينيات من القرن العشرين وباستثناء لبنان فإن محطات التلفزيون في الدول العربية أنشأتها حكوماتها ولا زالت تملكها وتشرف عليها إشراف كاملا، شكلا ومضمونا وتمويلا خاصة تلك التي تبث من داخل الدول المالكة لها.

وقد بدأ الإرسال التلفزيوني في مصر وسوريا سنة 1960، والعراق سنة 1956 وفي تونس والجزائر سنة 1956 والمغرب سنة1954[9].

تنظيم مؤسسة التلفزيون:

يتكون تنظيم التلفزيون من عدد من الإدارات المركزية التي تتفرع إلى إدارات عامة أو أقسام مختلفة أو شبكات إذاعية أو قنوات تلفزيونية... كلها تتعاون من أجل حسن سير العمل وتوصيل الرسائل الإعلامية المناسبة إلى جمهور المستمعين أو المشاهدين، وبصفة عامة فإن كلا من الإذاعة والتلفزيون يحتاجان مثلا إلى إدارة مركزية للشؤون الإدارية والمالية وأخرى للشؤون الفنية والهندسية وثالثة للبرامج ورابعة للأخبار.

أقسام التلفزيون:

لكل دولة تنظيمها الخاص بها فيما يتعلق بمؤسسة التلفزيون إلا أن هناك أقسام مشتركة في كل المؤسسات التلفزيونية لا يمكن الاستغناء عنها أهمها:

أ- قسم (مديرية) الأخبار: وهو القسم الذي يتم فيه إنتاج وبث الأخبار اليومية في نشرات رئيسية ومواجيز للأنباء، ذلك أن الوظيفة الإخبارية هي جوهر العمل التلفزيوني.

ب- مديرية البرمجة: مهمتها توزيع المنتوج الإعلامي المنتج محليا والمستورد ليتناسب مع الوقت المحدد وهو يشبه إدارة التحرير في الصحيفة.

ج- مديرية الشؤون المالية والتجارية: تتولى كل الجوانب المالية الداخلية والخارجية، وتشمل علاقات المؤسسة الإعلامية مع شركائها وقد تُدمج بعض القنوات التلفزيونية الشؤون الإدارية والتنظيمية للمؤسسة مع هذه المديرية.

د- مديرية الشؤون الفنية والهندسية: وهي التي تتولى بأقسامها المختلفة إرسال وبث الرسالة الإعلامية مثل: أجهزة الإرسال والصيانة واستوديوهات البث.

هـــ- مديرية البحث والتخطيط: تضمن حسن عمل الإذاعة والتلفزيون ورفع كفاءتها، حيث تقوم بعمليات التقويم والتخطيط من أجل أن تستمر على تحسين الخدمة الإعلامية كما ونوعا، كما تتضمن بحث علاقة الوسيلة الإعلامية بالجمهور المتلقي من خلال عمليات منظمة لسبر الآراء[10].

نماذج من الهيكلة الإدارية للتلفزيون:

سنتناول في هذا العنصر نماذج من الهيكلة الإدارية للتلفزيون، وقد اخترنا التلفزيون الجزائري كمثال محلي، وتلفزيون الجزيرة القطرية كنموذج عالمي وعربي في الوقت نفسه.

الهيكلة الإدارية لتلفزيون الجزيرة:

يشير قانون إنشاء قناة الجزيرة أنها محطة مستقلة ذات شخصية معنوية، يقع مركزها الرئيس في مدينة الدوحة، لها مجلس إدارة مؤلف من سبعة أشخاص، ويصل عدد العاملين في أقسام الجزيرة إلى قرابة (500) موظف.

تتكون قناة الجزيرة من الأقسام التالية:

أ- قسم إدارة الأخبار: يشرف عليه مدير الأخبار, وهو مرتبط مباشرة بالمدير العام، ويضم هذا القسم مشرفي النشرات ومنفذيها ومساعدين لهم ومحرري أخبار ومصححين لغويين، وترتبط بهذا القسم وحدة واجبات المراسلين التي تشرف على جميع مراسلي القناة في كل أنحاء العالم.

تهتم القناة بشكل خاص بمكاتبها في ساحات الأحداث الساخنة كالعراق وفلسطين ومصر وأمريكا ولندن، من خلال توفير التقنيات الحديثة التي تؤمن ربط مراسليها بمقر المحطة بشكل دائم.

أ- قسم التبادل الإخباري: (News Gathering)

ويتولى هذا القسم تنظيم الحجوزات عبر الأقمار الصناعية، لضمان إيصال المادة الخبرية وبثها على الهواء مباشرة في إطار توقيتها المُعد في النشرة؛ ومهمة هذا القسم تكمن في تأمين البث المباشر على مدار الساعة من جميع مكاتب القناة ومراسليها.

ج- قسم المونتاج الإلكتروني (Edit Suits): يضم إحدى عشرة غرفة مونتاج، مجهزة بأجهزة مونتاج حديثة تعتمد على الحاسوب في عملية تقطيع ودمج الصور، ويرتبط هذا القسم بمحرري النشرات وبقسم التبادل الإخباري.

د- قسم المكتبة: تحتوي قناة الجزيرة في الدوحة على قاعتين إحداها كبيرة تضم مئات الأفلام والصور والبرامج والتقارير التي تنتجها القناة أو قنوات أخرى يتم تحديثها في الغالب شهريا.

هـ- قسم الإخراج: ويضم هذا القسم مجموعة من المخرجين الذين يعمل بعضهم في إخراج نشرات الأخبار, فيما يعمل بعضهم الآخر في إخراج البرامج السياسية التي تبثها القناة, إضافة إلى مخرجي البث.

و- قسم الغرافيك: مهمته إنجاز وتصميم وطبع وتهيئة الخرائط والصور والفواصل التي يحتاجها محررو النشرات الإخبارية أو معدو البرامج السياسية، وتكمن أهمية هذا القسم في كونه يمنح القناة شكلها الخاص المعبر عن شخصيتها.

ي- قسم البرامج: ويتولى هذا القسم الإشراف على مختلف البرامج التي تبثها القناة، ومتابعتها واستحداث برامج جديدة أو إلغاء برامج أخرى حسب كل دورة براجمية.

ل- قسم العلاقات البراجمية والدولية: وهو قسم معني بتنسيق مواعيد ضيوف القناة من الشخصيات التي تشارك في برمجها المختلفة وتأمين كل مستلزمات سفرها وإقامتها ومشاركتها في البرنامج.

ك- **قسم الإنتاج:** يتولى كل ما يتعلق بعملية إنتاج المواد الإخبارية والبرامجية، وإعداد الخطط الكفيلة بتأمين مستلزمات العمل والكلف التخمينية لها.

ط- **قسم التسويق:** يتولى هذا القسم كل ما يتعلق بالاتفاقيات مع شركات الإعلان أو الشبكات والمحطات الفضائية، والترويج والدعاية التجارية للقناة نفسها من خلال إصدار الملصقات والنشريات والمطويات، غير أن المهمة الرئيسة لهذا القسم هي التعاقد مع المعلنين؛ فضلا عن إجراء استطلاعات الرأي المختلفة التي تمكن القناة من معرفة مستوى انتشارها, وأي البرامج أكثر قبولا لدى المشاهدين.

ع- **القسم الهندسي:** وهو القسم المعني بالجانب التقني في عمل القناة من خلال الإشراف على العملية التقنية لبث برامجها صورة وصوتا، ومتابعة تأمين إيصال بث القناة عبر الأقمار الصناعية المشتركة فيها، زيادة عن الصيانة والتحديث للأجهزة.

غ- **قسم الماكياج:** وهو أحد الأقسام الذي يحظى بأهمية في قناة الجزيرة، حيث يشرف على عملية ماكياج جميع مذيعات ومذيعي القناة.

ق- **القسم الإداري:** وواجبه الاتصال بالإداريين، وتنظيم عقود التشغيل والبطاقات وغيرها من المتطلبات الإدارية المختلفة.

ف- **القسم المالي:** هو المعني بصرف المستحقات المالية للعاملين، وتنظيم عائدات ومصروفات القناة، وتأمين عملية الإنفاق المالي على جميع نشاطات القناة الإدارية منها والفنية.

ز- **قسم العلاقات العامة:** وهو القسم المتخصص بإدامة العلاقة بين القناة والمجتمع وكذلك المتعاملين معها، كتنظيم معارض فنية وإرسال باقات زهور وبطاقات تهنئة واستقبال ضيوف القناة[11].

البرمجة التلفزيونية:

إن التلفزيون مسرح كبير وواسع جدا، تتحرك على خشبته مجموعة هائلة من الوجوه المعروفة لدى الجمهور، وهؤلاء هم منشطو البرامج الترفيهية، مقدمو النشرات الإخبارية منتجو ومخرجو البرامج الخيالية والأشرطة، وتشكل البرمجة كواليس هذا المسرح، وعلى إثرها يتحدد نجاح أو فشل أي قناة تلفزيونية.

إن المهمة الأساسية لأي قناة تلفزيونية لا تكمن فقط في إنتاج وبث البرامج، بل تكمن أيضا في تنظيم هذه البرامج وصياغتها وتقسيمها وتوزيعها في قالب معين يضمن وصولها إلى جمهور واسع، وفي تسلسل يحترم نشاط وعمل جميع الفئات الاجتماعية بمختلف مستوياتها وأذواقها.

وبناء على ما سبق يمكن تعريف البرمجة بأنها: "ذلك الفن الخاص بالتصميم والذي يكون موضوعه إعطاء كل حصة الفرص الكافية للقاء الجمهور"[12]، ولذلك فهي عبارة عن منتوج أو برامج من ناحية المحتوى وترتيب زمني من ناحية خطة المواعيد وخطة البث.

خصائص عملية البرمجة:

تتميز البرمجة كعملية فنية بالخصائص التالية:

***البرمجة جانب خفي في التلفزيون:**

على الزغم مما تكتسبه البرمجة في التلفزيون من أهمية كبيرة إلا أنها تبقى الجانب الخفي في نشاط القناة التلفزيونية، والذين يعرفونها هم المبرمجون، لأنهم محررو المجلات المتلفزة، في حين نجد أن المتفرجين مرغمون على إعادة تنظيم أوقاتهم وفق ما يتماشى والبرامج المقترحة من القنوات (خاصة، عامة) وفي الغالب لا يشاهدون سوى "برامج منعزلة" دون التساؤل عن أسباب بث هذه الحصة في هذه الساعة أو على أية موجة[13].

وحتى تكون البرمجة ناجعة فهذا يرجع إلى مهارة وذكاء المبرمج أو القائمين على البرمجة.

البرمجة فن وعلم قائم:

تعتبر البرمجة فنا لأنها تتأقلم مع المحيط المتغير أو تطورات أساليب الحياة وعلم لأنها أصبحت تدّرس في الجامعات الأمريكية فهي تدرس كاختصاص وتقنية، وتبقى عملية البرمجة في أية قناة تلفزيونية تتناسب مع بناء شبكاتها ويحدد مدى نجاح أي قناة على أساس علاقتها بالجمهور أو المشاهدين مما يبين ما للبرمجة من دور، إلا أنه مهما اختلفت القنوات فإننا نجد تشابها من حيث البرامج المبثوثة.

خصائص ومميزات القائم بالبرمجة:

إن المبرمجين (Les programmateurs) أخصائيون من طراز رفيع تتنافس الشركات التلفزيونية العملاقة على توظيفهم أو الاستفادة من خدماتهم، مثلما تتنافس على توظيف نجوم الشاشة الصغيرة، وللقائمين على البرمجة عدة ميزات يمكن سردها فيما يلي:

إشراف المبرمج على بناء شبكة توزيع:

إن المبرمجين أولئك الذين يعملون في الكواليس على تحضير وصياغة شبكة البرامج، إنهم وراء كل فيلم، مسلسل، منوع أو فاصل موسيقي، أو أي شيء آخر يعرض على شاشة التلفزيون، فهم يشبهون إلى حد ما الرسامين في وضع لمساتهم على اللوحة التي هي شبكة البرامج.

فالمبرمج يشارك في رسم سياسة القناة، وشراء البرامج وتوجيه استثمارات الإنتاج، كما بإمكانهم التدخل في تحديد كل محتويات البرامج باستثناء الإخبارية، فهم بذلك التقنيون والمنسقون للبرنامج.

والمبرمج شخصية أساسية ضمن المجموعة التي تقود التلفزيون وتسييره وصاحب نفوذ في المجال المالي، فهو الذي يقرر الميزانية التي تنفق في الإنتاج، والتي تخصص غالبا في شراء البرامج وهو صاحب إستراتيجية وتكتيك في التنظيم اليومي لبرامج التلفزيون، وهو الذي يبني شبكتها[14].

الذكاء والعبقرية أمام ندرة البرامج:

يتميز رجل البرمجة بالذكاء والعبقرية في تعامله مع سوق إنتاج البرامج التلفزيونية التي تعاني من العجز على زيادة ساعات البث، حيث يوظف عبقريته في ملء الفراغ وسد العجز والنقص، وذلك باستخدامه حيلا وأفكارا جديدة من شأنها تدارك العجز أثناء تصميمه لشبكة البرامج.

فالمبرمج يشتغل في عالم الندرة، خاصة بعد تضاعف الشبكات التلفزيونية التي لا تزال تزيد في ساعات بثها، لكن صناعة البرامج التلفزيونية لم تواكب هذه الوتيرة وهذا التزايد، مما أدى إلى الاعتماد على شراء المسلسلات وزيادة برامج البلاطة (plateau des programmes) الريبورتاجات، الألعاب والتي تملك ميزتين، أنها أقل كلفة وسريعة الإنجاز وتستخدم التلفزيونات سواء الكبرى أو الصغرى هذه الأسلحة كثيرا في البرمجة[15].

المبرمج همزة وصل بين القناة التلفزيونية والجمهور المستهدف:

إن المبرمج هو العقل المدبر الذي يملك القدرة على إحداث التناسق بين البرامج التلفزيونية لقناته، بطريقة تجلب الجمهور إليها وتحقق تعويد هذا الأخير عليها فهو يجسد الخط الفكري للتلفزيون.

إن المبرمج يبحث دائما عن الانسجام الشامل في البرامج، مظهر القناة التلفزيونية، المزج بين مختلف البرامج ومختلف الحصص التلفزيونية القائدة (المرتبطة بنجوم الصحافة والتنشيط) بنية الشبكة، كل هذا يمكّن القناة من اكتساب شخصيتها المحايدة، فلا يجب أن يحدث هناك انقطاع في بنود التلفزيون

وفي إيقاعه العام، حتى لا يتيه المشاهد أو يدفع للكف عن مشاهدة برنامج هذه القناة، ويبحث عن أخرى كبديل.

لتحقيق ذلك يجب بذل المزيد من التفكير في الصورة التي تظهر بها القناة وإخراجها الفني المناسب مما يتطلب مهارة مصممها (المصمم)[16].

في هذا الإطار يرى كل من ولتر دافيد سكوت "Walter David Scoth" (باحث أمريكي في علم النفس)، وأرنست ديشتر "Ernest Diescter" (باحث أمريكي في علم الاتصال)، أن الأسس العلمية التي تعتمد عليها العملية الاتصالية تنطلق من علم النفس الاجتماعي وعلم نفس الأعماق، لأنها هذين العلمين يمكنان المبرمج من الوقوف على الدوافع الخفية والمحفزات الشعورية التي تحدد أنماط المشاهدة، إضافة إلى القيم الاجتماعية أو الثقافية التي تؤدي دورا في تحديد ملامح الجمهور المستهلك وثقافته.

إذن المبرمج هو بمثابة الوسيط بين القناة التلفزيونية والجمهور المستهدف لأنه يحاول أن يجسد طموحات الجمهور، من خلال شبكة البرامج لهذا نجد في أغلب الأحيان البرامج التي تُعرض على شاشات التلفزيون لا تعكس فقط المواضيع، وإنما تعكس في نفس الوقت قيمة اجتماعية ما، وعليه فاختيار البرامج ومشاريع الإنتاج، تتوقف وبنسبة كبيرة على حذاقة وبراعة، وإدراك المبرمج، إذ عليه التقاط ومعرفة التغيرات الثقافية وتتبع التطورات الاجتماعية، وترجمتها على شاشة التلفزيون من خلال نوع خاص من البرامج ويرى "باسكال جوزيف" " Pascal Joseph" المدير العام السابق للقناة الفرنسية: "أن البرمجة تتطلب الإدراك السريع، والخبرة، الفضول، والإجابة عن أسئلة جوهرية: في أي غرفة يوجد المشاهد؟ هل هو جاهز بدنيا ونفسيا لمشاهدة التلفاز؟ هل هو مع عائلته؟ الدراسات هي التي تمكننا من الإجابة على هذه الأسئلة، لكنها تبقى غير كافية"[17].

أما ألبرت ماتيو "Albert Mathiew" (مدير البث في قناة + Canal) فيرى أن مهمة المبرمج تكمن أساسا في معرفة رغبات الجمهور الذي يستقبل البرامج وتقديمها له في شكل جذاب، يبرز فيه شخصية القناة، من خلال برمجة خاصة، ويضيف قائلا "إن البرمجة تستهدف الترفيه عن الناس، فلا يمكن القيام بهذا العمل إذا كنا لا نحبه، إن المشكل الحقيقي الذي يواجه كل مبرمج هو العمل على عدم تهميش أي مشاكل، فلا يجب الاكتفاء بالقول أننا سوف نقوم ببرنامج جديد، وإنما الأهم هو التعرف على مجالات القطيعة بين البرنامج والمشاهدين، هذا العمل يستدعي أسلوبا معينا، وربما خاصا فهل يمكن مثلا بث مقابلتين في كرة القدم في الأسبوع حتى إذا كانتا مهمتين؟

ليس ثمة حوا، فهذا يعود إلى مدى توازن الأسبوع السابق والموالي، وتكمن الخطورة في كون كل شيء ممكن، ولهذا فالبرمجة التلفزيونية لا تعني الخلق والابتكار فحسب، وإنما هي عملية تستدعي قدرا من الذكاء والحذاقة والمهارة من قبل المبرمجين، كما تعتمد على معرفة سوسيولوجية (اجتماعية) تعتمد على تحليل تيارات الفكر، وترصد كل ما هو في حالة تطور في المجتمع، فالمهم هو معرفة الوقت المناسب لبث أي برنامج[18].

إذن يمكننا القول، مما سبق أن وظيفة المبرمج أبعد من أن تختصر في إدارة الأعمال فقط، فهو يستولي على مكانة من الإدارة الفنية.

أهداف البرمجة:

تتجلى الأهداف الأساسية للبرمجة في:
1- الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين.
2- شد المشاهدين لأكبر مدة زمنية ممكنة.

ويدخل هذان الهدفان ضمن مؤشر قياس المشاهدة، التي تحدد بنسبة تغلغل أي حصة تلفزيونية في أوساط المشاهدين، أو تبين المدة التي يقضيها كل فرد أمام شاشته الصغيرة لمشاهدة البرامج التلفزيونية[2].

ولبلوغ أكبر عدد ممكن من المشاهدين (الهدف الأول)، تلجأ الشركات التلفزيونية إلى البرامج الأصلية والجذابة، مثل البحث عن الأفلام والأحداث الرياضية والمنوعات، والتي تستحوذ على أكبر مشاهدة.

ومن أجل تكثيف مدة المشاهدة في اليوم، لابد من الإيقاع (Rythme) لجلب المشاهدين الذين يهتمون بالبرامج القصيرة، وكذلك الاهتمام بالمقدمين (المنشطين) والاعتناء أكثر باللحظات الموسيقية المصاحبة للإعلان عن البرامج والحصص الإشهارية (Jungle)، وبحصص الوصل بين حلقات البرامج التلفزيونية، وببرمجة المسلسلات التي تعد بمثابة مواعيد للجمهور.

وقد توصلت التلفزيونات التجارية في الممارسات إلى التوفيق بين الإستراتجيتين المذكورتين، وهذا ما أدى إلى مؤالفة الجمهور وتعويد أكبر عدد من المشاهدين، وهكذا يسعى مبرمجو التلفزيونات بما فيهم مسؤول البرمجة في قنوات التلفزيون برلسكوني، والمبرمجون الجادون في التلفزيون البريطاني في السبعينيات إلى تعويد الجمهور[19].

وبما أن البرمجة تسعى إلى تحقيق الهدفين السابقين فهذا يبين لنا أهمية الجمهور ومن ثم أهمية قياس المشاهدة.

تقنيات البرمجة:

لقد عرف فن البرمجة نقلة نوعية مع تعدد البرامج وتعدد القنوات التلفزيونية واحتدام المنافسة بينها، من أجل الحصول على أكبر عدد ممكن من المشاهدين، لعل هذا السبب الذي كان وراء جعله مجالا استراتيجيا في يد فئة من الرجال الذين يتوفرون على تقنيات لتحديد محتوى الشبكات.

وتبقى الولايات المتحدة الأمريكية رائدة فن البرمجة، فالطرق المتعددة الموظفة في هذا المجال مثل Hommokings, Stripping، تعد تقنيات تدرس في محطات التلفزيون لكسب جمهور جديد للحصة أو لبث حصص أو برنامج جديد[20]، وهذا ما سنتناوله بشيء من التفصيل.

تقنيات البرمجة في الولايات المتحدة الأمريكية:

تحدد الشبكات التلفزيونية الأمريكية ميزانية خاصة للمعرفة المسبقة والدقيقة للبرامج التلفزيونية التي تبث في القنوات المنافسة، بحيث تستخدم في النهاية النماذج التي تتماشى وتصرفات الجمهور لتحديد اختيارات البرمجة، هذا ويتابع المبرمجون يوميا مدى تجاوب الجمهور مع كل برنامج مقترح دون الحديث عن المتابعة الدقيقة التي تولي لكل برنامج مقترح للبث في أوقات المشاهدة الكبيرة قبل أن يتم إدراجه في شبكة البرامج.

وعموما تعتمد البرمجة في الشبكات التلفزيونية الرئيسية الأمريكية والمحطات المستقلة على التقنيات التالية:

أ – تقنية البرمجة على شكل خطي (Stripping):

هي برمجة نفس السلسلة في نفس التوقيت خمسة أيام في الأسبوع، لتسهيل ترقية الإنتاج وتشجيع وفاء الجمهور، ويدعى البرمجة "الأفقية" تستعمله المحطات الرسمية في المدة التي تسبق وقت الذروة (Prime Time).

ب – تقنية البرمجة على شكل رقعة الضاما (Checker Boarding):

وهي برمجة خمسة (05) مسلسلات مختلفة في الأسبوع لتُبث في وقت واحد، هذه التقنية تستعمل لمعالجة نقص الحصص في الطريقة الأولى (Stripping)، وقد استعملت هذه الطريقة من طرف محطات NBC، وذلك لمنافسة حصة الألعاب "La Roue De La Fortune".

ج – تقنية البرمجة على أساس البرنامج القائد (Leading):

تمثل تقنية بث الحصص (أو البرنامج) الأكثر شعبية في بداية البث لضمان بقاء الجمهور أمام جهاز التلفزيون لمشاهدة باقي الحصص ذات الشعبية القليلة، تؤدي هذه التقنية إلى تغيير موعد بث الحصص الناجحة مما يمثل خطورة على نجاحها، فأهميتها ترجع لاستنادها إلى المؤشر الإحصائي الذي بيّن أن 40% من المشاهدين لا يغيرون القناة بين البرنامجين.

د – تقنية البرمجة على شكل الأرجوحة (Hommoking):

وهي تتمثل في إدخال برنامج جديد بين برنامجين ناجحين، من أجل تسهيل انطلاقته، هذه التقنية خطيرة كونها تؤدي إلى إبعاد موعد مشاهدة الحصة الناجحة الثانية، مما يجعل احتمال فقدانها لجزء من مشاهديها واردا.

هـ – البرمجة على شكل عمود الخيمة (Tent Poling):

وهو إدخال مسلسل ناجح أو برنامج ناجح بين برنامجين جديدين من أجل زيادة عدد مشاهديها، وتستخدم هذه التقنية عندما تعجز الشبكات التلفزيونية عن استخدام التقنية بسبب معاناتها من نقص في البرامج التلفزيونية.

و – تقنية البرمجة على شكل منحدرات (Stunting):

ويمكن تحديد معالم هذه التقنية بـ:
- التغير المفاجئ للشبكة العادية بإدخال سلسلات صغيرة أو برامج الأحداث (Programmes D'événements).
- التغير المفاجئ لمدة البرنامج العادي.
- البث المتواصل للبرامج الخاصة لعدة أيام.

غير أن هذه الاستراتيجية تتطلب تكاليف باهضة من طرف الشبكات التلفزيونية ذلك لأنها تستعمل أفضل المصادر فيها فيما يخص البرامج.

ي– تقنية البرمجة على شكل الحياكة (Spin Off):

هي إنتاج سلسلة من الحصص التلفزيونية، وذلك بمشاركة الممثلين الذين قاموا بأدوار ثانوية في المسلسلات التي حققت نجاحا كبيرا مثل مسلسل Dallas الذي استغل لبعث مسلسل Knos Landing.

ن– تقنية البرمجة على شكل مقاطعة (Grossoyer):

هي إظهار بطل سلسلة ناجحة في سلسلة أخرى، سعيا لزيادة عدد مشاهديها.

ك – تقنية ترشيد المشاهدين:

وهي تقنية خاصة بتسيير اتجاهات مشاهدة الجمهور، وترمي إلى جلب جمهور الأطفال على الساعة (16.00) الرابعة مساء، وبعد ذلك بث برامج تسمح بجلب انتباه جمهور الكبار: على الساعة (16.30)، ففي الرابعة تبث رسوم متحركة، أما في الرابعة والنصف تبث كوميديا عائلية وعلى الخامسة إلى السادسة كوميديا، وعلى الساعة (18.00) السادسة ألعاب وعلى الساعة (19.00) أخبار محلية.

ل – البرمجة المضادة (Counter Programming):

تمثل إستراتيجية تقوم على برمجة حصة موجهة إلى جمهور – أ– ضد حصة تستهدف جمهور– ب–، مثال: يقابل حصة موجهة للنساء الماكثات بالبيت برمجة حصة تستهدف الرجال كالرياضة، استخدمت NBC هذه الإستراتيجية ضد قناة CBS، حيث أن المبدأ المعتمد في هذه التقنية هو البحث في شبكات القنوات المنافسة عند الجمهور الذي تم تهميشه وبالتالي برمجة حصص تستهدفه.

م – البرمجة المنافسة (Compettive Programming):

وتهدف هذه التقنية إلى برمجة حصة من نفس النوع الذي يعرض في القناة المنافسة تستهدف نفس الفئات من الجمهور.

بعد ما تطرقنا إلى التلفزيون وعملية البرمجة في هذا الفصل، بات من المهم أن نوضح الفرق بين البرامج في التلفزيون (Programmes) والبرمجة

(Programmation)، فالبرامج هي مختلف العناصر المكونة للشبكة، أو هي المحتوى الذي نشاهده على جهاز التلفزيون (حصص، عملية، ألعاب، أخبار أفلام... الخ)، أما البرمجة فهي عملية ترتيب هذه العناصر على مدار اليوم أو الأسبوع أو الشهر، إذن فهما شيئان متلازمان متكاملان.

العمل اليومي في التلفزيون:

تشمل الخطة اليومية لبرنامج تلفزيوني على ثلاثة أقسام رئيسة:

أ– برنامج افتتاح لجذب المشاهدين إليه.

ب– جسم البرنامج اليومي الذي يتكون من برامج يفصل بينها الإعلان وتمتاز الوحدات المتكونة لحسم البرنامج بقصرها وتنوعها.

ج– برنامج ختامي قد يطول حسب الوقت والحاجة ووظيفته أن يترك أثرا حسنا لدى المشاهدين.

وتقوم معظم المحطات التلفزيونية بعرض برنامجها التي تجذب أكبر عدد من المشاهدين في فترة الغروب أو في المساء المبكر، ويفضل إرسال برامج الأطفال الذين ليسوا في سن الالتزام في الصباح، والبرامج التعليمية والمدرسية في فترة ما بعد الظهر، وتُخصص فترة المساء وبعض فترات اليوم للنشرات الإخبارية والمقابلات الإذاعية والتلفزيونية[21].

نشأة التلفزيون الجزائري وهياكله:

إنطلق البث بإذاعة الجزائر أواخر العشرينيات إبان فترة الاستعمار بينما ظهر التلفزيون بالجزائر سنة1956 وتقع برأس تمنفوست على بعد 20 كلم شرق مدينة الجزائر.

تم استرجاع الإذاعة والتلفزة الجزائرية في يوم 28 أكتوبر 1962حيث خلفت الإذاعة التلفزة والجزائرية (ENTV) ديوان الإذاعة والتلفزة الفرنسية

(ORTF)، وفي الفترة الاستعمارية كانت توجد محطة جهوية واحدة تابعة لديوان الإذاعة والتلفزة الفرنسية...

وقد تأسست المؤسسة الوطنية للتلفزيون (ENTV) بموجب مرسوم رقم 86-147 المؤرخ في 01 جويلية 1986 ومقرها بالجزائر العاصمة.

وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري (EPIC)، ولها مهمة احتماعية وثقافية، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، وتابعة لوصاية وزارة الاتصال والثقافة.

وتتمثل مهمتها في الإعلام والتبليغ وبث التحقيقات والحصص والبرامج المتعلقة بالحياة الوطنية والجهوية والمحلية والعالمية.

كما تتكفل باستغلال وصيانة وتنمية وسائلها التقنية[22].

كما تضمن المؤسسة الوطنية للتلفزيون خدمة عمومية تلفزية وتحتكر بث البرامج على كامل التراب الوطني، تتمثل مهمتها في الإعلام والتربية والترفيه بواسطة بث الريبورتاجات والحصص والبرامج المتصلة بالحياة الوطنية والجهوية والمحلية والدولية، وبالمسائل المتعلقة بالأحداث، وصيانة وتطوير وسائلها الإنتاجية التقنية وتسيير الأرشيف السمعي – البصري.

مديريات التلفزة الجزائرية:

تعتمد التلفزة الجزائرية في إدارة شؤونها على مجموعة من المديريات نتعرض لأبرزها:

مديرية المصالح التقنية:

تتمثل أبرز مهام هذه المديرية في:

بث برامج القناة الوطنية والقنوات الفضائية "قناة الجزائر" و"القناة الجزائرية الثالثة"، إنجاز انتاجات القنوات الثلاثة في الأستوديو وخارجه، التسيير

التقني لمجمل الوسائل التقنية للمؤسسة، التغطية التلفزيونية لكل حدث عبر التراب الوطني، الإمداد التقني لمختلف المديريات الجهوية للمؤسسة، وأخيرا تبادل البرامج مع مختلف الاتحادات والجمعيات الإذاعية العربية، المؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية للبحر الأبيض المتوسط، اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الأوربية.

مديرية التكوين والتأهيل:

يُعد التكوين في التلفزة الجزائرية مهمة حيوية لإسناد ومرافقة جميع قطاعات النشاط ومنها أساس: القطاع التقني، قطاع الأخبار، قطاع الإنتاج.

وتمتلك التلفزة الجزائرية مركزا للتكوين والإتقان مكلفا بضمان التكوين في الحرف السمعية البصرية (تقنيون وأعوان البرامج)، تغيير الاختصاص والرسكلة، ملتقيات وأيام دراسية، كما يلجأ إلى جميع الشركاء الأجانب الذين يبدون استعدادهم لتحسين الكفاءات المهنية على المستويات العليا.

مديرية الأرشيف والوثائق:

تتمثل مهام مديرية الأرشيف والوثائق الخاصة في جمع البرامج بعد بثها على مختلف القنوات المعالجة والتحليل الوثائقي وتأشير الصورة المتحركة، والبحث الوثائقي، وترميم الأرشيف الفيلمي، والحفظ، وتموين مختلف القنوات بالبرامج، وأخيرا إعداد المنتجات الوثائقية.

مديرية التعاون والعلاقات العامة:

تساهم مديرية التعاون والعلاقات العامة في النشاطات الأساسية للمؤسسة، لاسيما في ميدان رسملة التجربة الدولية في مختلف مجالات التلفزيون، مع ضمان عقلنة ومردودية الآثار المالية المترتبة عن انضمام مؤسسة التلفزيون إلى المنظمات المهنية الدولية، (اتحاد الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات الأوروبية، المؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية للبحر الأبيض المتوسط، اتحاد الإذاعات

والتلفزيونات الإفريقية، المركز المتوسطي للاتصال السمعي البصري، اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الإسلامية).

وتتوزع النشاطات الأساسية لمديرية التعاون والعلاقات العامة كما يلي:

- **التعاون متعدد الأطراف:** ويتلخص في تسيير نشاط المؤسسة مع وداخل العديد من اتحادات وجمعيات الإذاعات والتلفزيونات كعضو فيها.
- **التعاون الثنائي:** يتمثل في تسيير علاقات مؤسسة التلفزيون الوطنية مع شركائها على الصعيد الثنائي، وخاصة إعداد ومتابعة وتنفيذ اتفاقيات التعاون.
- **العلاقات العامة:** وتتمثل في الاضطلاع بكل نشاطات التلفزيون الجزائري في مجال البروتوكول (تنظيم المناسبات والاتصالات بالخارج على المستوى الوطني والدولي، إقامة المهرجانات...الخ).

المديرية التجارية:

تتمثل مهمة المديرية التجارية في تحقيق الأهداف التجارية للتلفزيون طبقا لقانونها الأساسي كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، وتماشيا مع نصوص دفتر الشروط الواردة في المرســـوم التنفيذي رقم91-100 ورقم 91- 101 المؤرخان في 20 أفريل 1991 تتمثل مهامها في:

المساهمة، الخدمات والبيع، الرعاية، الدراسة والتنمية، والاستكشاف، والاستماع إلى الزبون، وكذا تسيير الإشهار الجهوي.

مديرية الإدارة العامة:

وهي مكلفة بتسيير الموارد البشرية والمالية للمؤسسة، ومن مهامها أيضا ضمان تموين مختلف هياكل المؤسسة بالمواد الأولية، وقطع الغيار ووظائف أخرى ضرورية لإنتاج الصورة والصوت وبثهما.

وهي مكلفة من جهة أخرى بتسيير العلاقات التعاقدية وتضطلع بكل خلاف مع شركاء التلفزيون.

كما تمثل قوة اقتراح ونصح في شأن مسائل ذات طابع تشريعي وتنظيمي، وفي مجال التنظيم "والمناجمنت" لمجمل المؤسسة.

مديرية قناة الجزائر(Canal Algerie):

أسست قناة الجزائر في سنة 1994 لتكون أداة وصل بين الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج وبالتحديد في أوروبا، كما تساهم في الحوار والتبادل بين الثقافات والحضارات.

هي قناة شمولية تابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون، وتعرض حيزا من البرامج المتنوعة يمزج بين الأخبار والثقافة والترفيه والرياضة.

مديرية الجزائرية الثالثة:

إن قرار إنشاء فضائية جزائرية موجهة للعالم العربي يدخل ضمن إستراتيجية إعلامية تهدف إلى إبراز صورة الجزائر.

وقد انطلق الإرسال على القمر الصناعي عربسات شـ2 شـ3 منذ نوفمبر 1998 وكان على ظل إرسال بث القناة الأرضية، وبناء على المقرر رقم 0243 المؤرخ في 27-02-2000 المتضمن إنشاء مديرية مكلفة بمشروع القناة الفضائية المبثوثة عبر القمر الصناعي عربسات، تتشكل نواة بطاقم مصغر عكف على دراسة المشروع، قدم دراسة كاملة حول مشروع القناة نوقشت خلال مجالس للمديرية، أين تحددت ملامح القناة وضبطت الإمكانيات المادية والتقنية للانطلاق.

وقد انطلقت القناة الجزائرية الثالثة في 05 جويلية 2001 كقناة قائمة بذاتها من حيث شبكتها البرامجية ومواعيدها الإخبارية وحصصها الثقافية والفنية وبتلبيسها وشاراتها الخاصة، هذا بعد الربط بين البث الأرضي والبث الفضائي

الذي انطلق منذ نوفمبر 1998 وعرف الكثير من النقائص سواء من ناحية البرمجة أو المحتوى.

كما انطلق بث الجزائرية الثالثة في هذا الوقت بالذات لهدفين أساسيين أولا من أجل صورة واقعية عن مجمل التحولات التاريخية التي يعرفها المجتمع الجزائري بمختلف مكوناته وانشغالاته واستعادة الجزائر مكانتها كدولة محورية ومركز فعال جهويا، قاريا ودوليا في هذا الوقت الذي يتميز بالصراع حول الصورة وبالانتشار الواسع للفضائيات العربية منها وغيرها في فضاء اتصال واسع.

واعتمدت القناة في بثها على وتيرة 24/24 ساعة بشبكة برامجية خاصة بها وببرامج ثقافية وفنية تميز طابعها الفضائي يشار لها باللون الأصفر على الشبكة إضافة إلى المواعيد الإخبارية اليومية والأسبوعية التي تتميز بها القناة وهي كالتالي:

موجز على الساعة 11 صباحا، نشرة رئيسة على الخامسة مساءا نشرة بالإنجليزية على 22:30، برنامج (الصحافة في أسبوع) كل خميس على الساعة 13:30، موعد اقتصادي "الجزائر تنمية" كل جمعة على الساعة 14:03.

أما أبرز البرامج الأخرى فهي كالتالي:

- الحصص السياسية:

الأسبوعية، ملفات للحوار، الحقيبة الدبلوماسية، الجزائر تنمية والصحافة في الأسبوع.

- حصص ثقافية واجتماعية:

لكل العرب، موضة، ألوان، تذوقوا جزائري استرخاء، أيام وأنغام، سياحة، مشموم الفل.

- **حصص رياضية.**

كما انطلقت مؤخرا قناتان فضائيتان جديدتان هما: قناة القرآن الكريم والقناة الأمازيغية.

المحطات الجهوية:

توجد للتلفزيون الجزائري أربع محطات جهوية هي:

* محطة وهران بالغرب الجزائري.
* محطة قسنطينة بالشرق الجزائري.
* محطة بشار بالجنوب الغربي.
* محطة ورقلة بالجنوب الشرقي.

كما أن المحطات الجهوية مجهزة بمكاتب الأخبار وتساهم بنشاط، حيث تمون شبكة القناة بالبرامج.

تنظيم التلفزيون الجزائري:

تنص المادة 27 من المرسوم رقم 147-86 المؤرخ في 01 جويلية 1986 أن ميزانية المؤسسة فيما يتعلق بالإيرادات والموارد تشمل على ما يأتي:

أ- يخص النفقات فتشمل ما يأتي:

المساعدات المادية التي تخصصها الدولة لسير المؤسسة وإنجاز مخططها الإنتاجي السنوي.

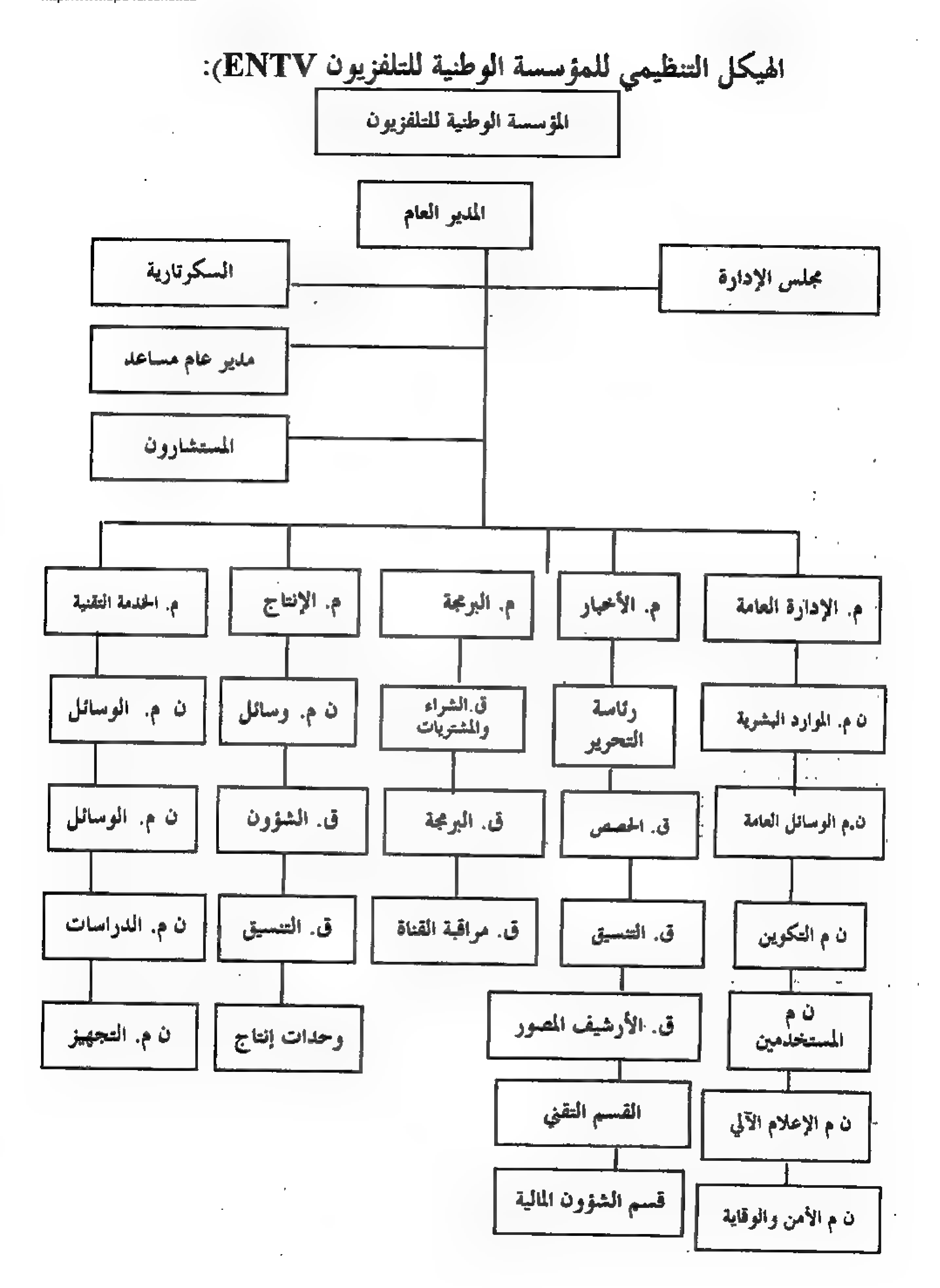
ب- الإيرادات المرتبطة بأعمال المؤسسة وجميع الموارد القانونية الأخرى.

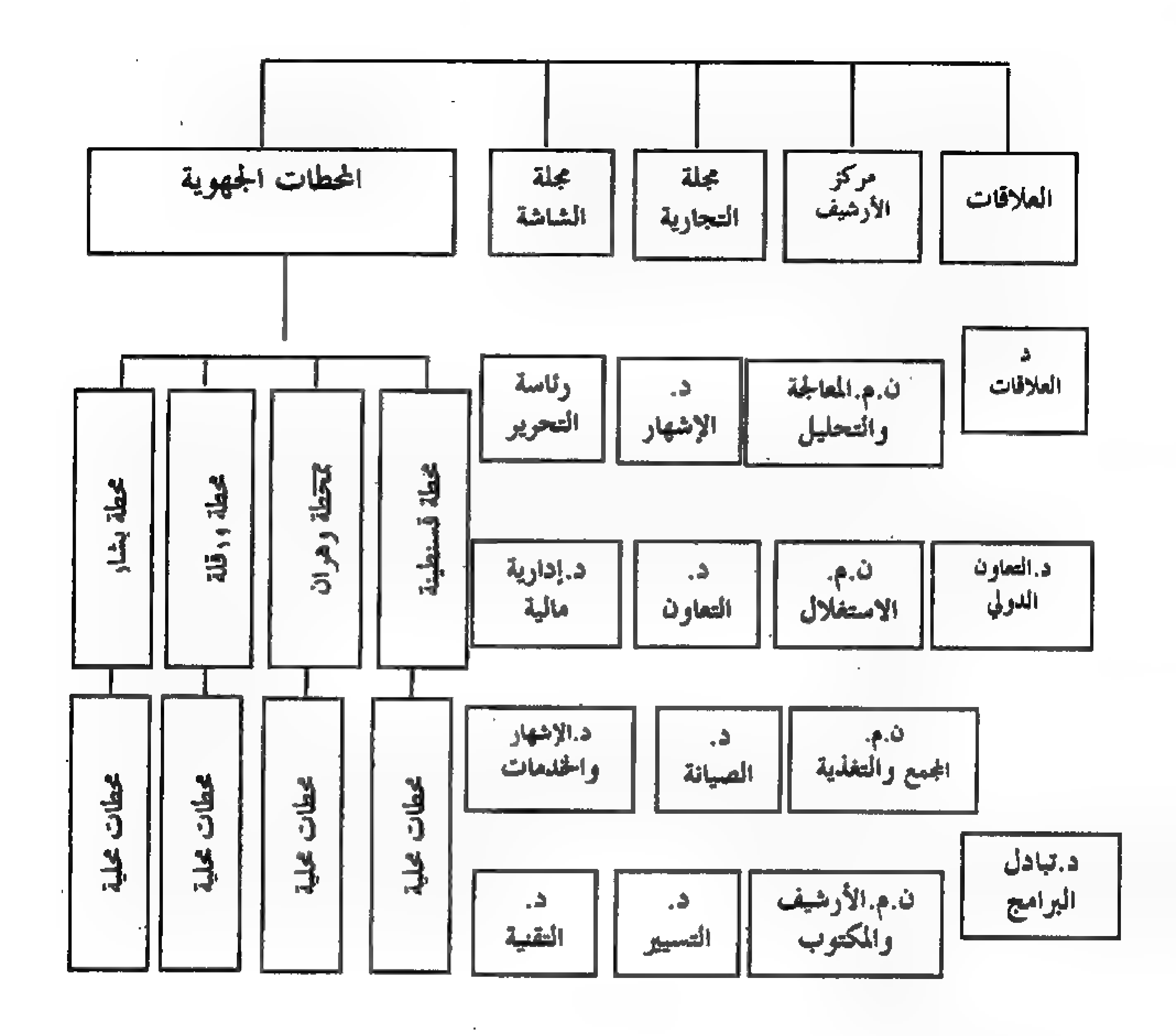
ث- المساعدات الاستثنائية التي تخصصها الدولة للقيام بأعمال أو تحقيق أهداف خاصة.

أ- أما فيما نفقات التسيير والصيانة.

ب- نفقات التجهيز[23].

الهيكل التنظيمي للمؤسسة الوطنية للتلفزيون ENTV):





دليل المخطط:

م: مديرية

ن.م: نيابة مديرية

ق: قسم

د:دائرة

بعض البيانات عن التلفزيون الجزائري:

- عدد الموظفين: 2687 موظفا.
- مقدمو نشرات الأخبار: 17 مقدما.
- محررون ورؤساء تحرير: 293.
- المحققون: 21 محققا.
- المخرجون: 40 مخرجا.
- المهندسون: 143 مهندسا.
- المنشطون: 12 منشطا.

تغطية بنسبة 98% مع مستوى كل القطر الجزائري.

مشاكل التلفزيون الجزائري:

إذا كان التلفزيون الجزائري حاول في العشرية الأخيرة من القرن العشرين التفتح على العالم ومن ضمنه جاليتنا بالخارج، وذلك بإنشائه قنوات فضائية جديدة، إلا أن العمل بهما لا يزال يفتقر للجدية والاحترافية حيث لا تختلف هاتان القناتان عن القناة الأرضية إلا بجزء يسير فقط، بل تواجهان نفس المشاكل والتراكمات التي تعيشها القناة الأرضية، مما جعل العديد من الصحفيين يغادرون الجزائر بحثا عن ظروف عمل مهنية مريحة في القنوات الفضائية العربية.

كما أن السياسة الجزائرية في قطاع الاتصال كانت ولا تزال مركزة في الميدان السمعي البصري، وخاصة الراديو والتلفزيون ويعود ذلك عموما إلى أمرين هما:

- **السبب الأول:** وهو تقليدي أو تبعي؛ فقد استقلت الجزائر في فترة عرفت ازدهارا كبيرا للتلفزيون في العالم الغربي وهذا الازدهار والانتشار بدوره أثر على السياسة الجزائرية في هذا الميدان.

– **السبب الثاني:** ويعود إلى الظروف المحلية والوطنية المتسمة آنذاك بتفشي الأمية وبوضعية الراديو والتلفزيون وهي وسائل تسيطر عليها السلطات، وقد أخذ الاهتمام بهذه الوسائل يتضاعف من قبل السلطة وتبلور في ثلاثة اتجاهات هي: (الإعلانات) وتوسيع الشبكات وانتشار أجهزة الراديو والتلفزيون.

ويمكن كذلك إدراج سبب آخر وهو سيادة فكر التحديث والتنمية خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، والذي يرى أن مجرد جلب وسائل الإعلام وانتشارها يساهم في عملية التحديث[24].

ومهما يكن فإن جهود السياسة الجزائرية جعلت من السمعي البصري وخاصة التلفزيون أداة قوية وفعالة من الناحية التقنية، في حين ظلت الرسالة منذ الاستقلال ضعيفة وخالية من أي مضمون جاد وانحصرت مهمتها فقط في إعادة إنتاج الخطاب الرسمي للحزب الواحد، مما جعل المشاهد يعزف عن هذه الوسائل ويتوجه إلى القنوات الأجنبية خاصة في عهد التعددية والتي وجد فيها ضالته وما يريده من برامج رياضية وثقافية وفنية وسياسية واقتصادية وغيرها، مما جعل مؤسسة التلفزيون تتخبط في مجموعة من المشاكل أبرزها:

أ– ضعف المحتوى: حيث تركز أغلب البرامج وأهمها الأخبار على العناصر الهامشية للحدث أكثر من جوهر الحدث نفسه، فضلا عن الأخطاء اللغوية والنحوية والتركيبية وحتى المعلوماتية.

ب– قلة الموضوعية: مما جعل المشاهد يشكك في أغلب الأنباء المنشورة، ويعود ذلك لغياب قوانين تضع حدودا واضحة لمبادئ حرية التعبير داخل مؤسسات الإعلام الجزائرية.

ج– تجاهل مستوى المشاهدين الثقافي: ومن أمثلته عدم ترجمة تصريحات بعض المسؤولين الجزائريين، أو حتى الأجانب للغة العربية وذلك في العديد من الحالات.

د- عدم وجود إرادة حقيقية لإعادة هيكلة مؤسسة التلفزيون: من خلال العمل على انطلاقها من جديد لتواكب التغيرات العالمية الحاصلة، والتي تشهد ميلاد قنوات فضائية كثيرة بوتيرة متسارعة تقدم برامج متميزة من قبل طاقم بشري وصحفي مؤهل تقنيا ومهنيا مما يحتم على التلفزيوني الجزائري التكيف معها شكلا ومضمونا.

ويعود ذلك كله لغياب سياسة ثقافية واضحة على المستوى الوطني تحدد مهام كل قطاع فضلا عن سيطرة الأساليب البيروقراطية في التسيير والتي تخنق المبادرة وتقضي على الإبداع[25].

بعض الحلول:

يقترح الأكاديميون والمختصون في العمل التلفزيوني مجموعة من الحلول تضع مؤسسة التلفزيون الجزائري في الطريق الصحيح، وأهم هذه الحلول:

- إنعاش الحياة الثقافية التي تتغذى منها هذه المؤسسة.
- النهوض بالإنتاج الوطني في مجال السمعي البصري وتشجيعه ورفع الاحتكار عنه.
- صناعة برامج هادفة تأخذ بعين الاعتبار البعد الحضاري والواقع الموضوعي للمجتمع الجزائري.
- تطبيق سياسة للتكوين وبرامج دورية لتطوير وتحسين الأداء على مستوى الشكل والمضمون معا.
- تشجيع النقد البناء وخاصة الذي منبعه الأقسام المتخصصة في بحوث علوم الإعلام والاتصال، من خلال المذكرات ورسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه، التي تقوم في الغالب بتقديم اقتراحات وأساليب عمل في المستوى لكن ينقصها دائما التطبيق.

- إنشاء قنوات تلفزيونية متخصصة تراعي اهتمامات وحاجيات المجتمع الجزائري- مثلما حدث مؤخرا مع قناتي القرآن الكريم والامازيغية-، من ثقافة ودين وفن راق ورياضة وغيرها...حيث يمكن في هذا الإطار إنشاء قنوات تلفزيونية متخصصة، مثل إنشاء قناة رياضية وأخرى سياحية...

غير أن هذا الإنشاء يجب أن يكون هادفا لا عشوائيا، ويراعي خصوصا تطلعات جمهور المشاهدين، كمحاولة لإعادة استقطابه عن طريق إحداث مصالحة حقيقية بين التلفزيون الجزائري وجمهوره، ويمكن أن يكون كل ذلك ضمن خطة وطنية لتطوير التلفزيون الجزائري الذي تخلف كثيرا في عصر الفضائيات والتلفزيونات المتخصصة.

الهوامش

1- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي... مرجع سابق، ص93.

2- المرجع نفسه، ص93.

3- آرثر أسا برغر، أساليـــب التحليل الإعلامـــي، ترجمة علي شو يل القـــرني، (د د ن، د س ن)، ص 41.

4- المرجع السابق، ص 43.

5- إبراهيم أبو عرقوب... مرجع سابق، ص ص93-94.

6- ماري وين، الأطفال والإدمان التلفزيوني، ترجمة عبد الفتاح صبحي، سلسلة عالم المعرفة (247)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، (الكويت: مطابع الوطن 1999)، ص 33.

7 - المرجع نفسه، ص42.

8- Agee, Ault And Emery, opct ... pp. pp194 -195

9- خليل صابات مرجع سابق... ص ص482- 510.

10- فريد عزت... مرجع سابق.

11- رحيم مزيد, قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002)، ص ص14-26.

12- Jean pierre Paul, Economie de la communication TV- Radio, (Paris : Presses Universitaires de France, 1991), p30.

13- Alain le Diberder et Nathalie Coste, Ce Briser les chaines : ntroduction l'apres-Television,(Paris: La Decouverte,1988), pp51-52.

14- نصر الدين لعياضي، التلفزيون: دراسات وتجارب، (الجزائر: دار هومة، 1998)، ص44.

15- المرجع السابق، ص45.

16- المرجع نفسه، ص64.

17- Monique Daguand, Programmer : Un art et une technique, (Paris : 1986),p31.

18- Dany Serge et Frank Eskenazi, "Lib開ation"(Paris : n 4,1986), p28.

19- Alain le Diberder et Nathalie Coste, Op.cit, p52.

20- Ibid.

21- فريد عزت... مرجع سابق.

22- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 02 يوليو 1986، السنة الثالثة والعشرون، العدد 27.

23- المرجع السابق.

24- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 2002)، ص ص 106-113.

25- عبد الحميد حيفري، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985)، ص ص143- 157.

ثامنا: إدارة وتسيير المؤسسات الإعلامية:

قبل التطرق لإدارة وتسيير المؤسسات الإعلامية لا بد من الوقوف عند بعض المفاهيم الأولية للإدارة.

مفهوم الإدارة:

يعتبر تعريف الإدارة مشكلة معقدة وليست سهلة، وعلى الرغم من أن الإدارة قد تأكدت وتطورت واستقرت كمهنة وموضوع للدراسة، فمازالت هناك مصطلحات إدارية تبدو غير واضحة حتى مصطلح "الإدارة" ذاته.

فكلمة "الإدارة"في النظام الإنجليزي – مثلا- تختلف في معناه ومدلولها عن النظام الأمريكي، ولم تتفق آراء الباحثين على تعريف موحد للإدارة ذلك لكون الإدارة مفهوما "معنويا" ومعقدا في ذات الوقت، أيضا لحداثة هذا العلم مما جعل كل من ساهم فيه يتناوله من وجهة نظره وطبيعة عمله[1].

ومع ذلك سوف نستعرض هنا بعض التعريفات الشائعة التي ساقها علماء الإدارة وباحثوها ربما تقربيا أكثر لهذا المفهوم:

يعرف الكتاب التقليديون الإدارة بأنها: " العملية الخاصة بتنسيق المجهود الجماعي نحو أهداف جماعية من خلال إنجاز الوظائف التي تعتبر هامة للتنسيق وهي التخطيط والتنظيم والرقابة. وعلى ذلك تعرف الإدارة – من وجهة نظرهم- في ضوء وظائف المدير[2]، فمعنى أن تدير – كما يقول هنري فايول H.Fayol أشهر رواد المدرسة الكلاسيكية – هو أن تتنبأ وتخطط وتنظم وتصدر الأوامر وتنسق وتراقب[3].

يُعرف فريدريك تايلورF.Taylor أبو الإدارة العلمية الإدارة بأنها:"أن تعرف بالضبط ما تريد، ثم تتأكد من أن الأفراد يؤدونه بأحسن وأرخص طريقة ممكنة"[4].

كما تُعرف الإدارة بأنها "تلك العملية التي تختص بتوجيه الجهود البشرية المشتركة المنظمة لتحقيق بعض الأهداف"[5].

وعادة ما نطلق كلمة إدارة على الهيئة أو الجهاز أو مجموعة الأفراد القائمين بالوظائف والجهود في مؤسسة ما، تقوم هذه الإدارة على ما يسمى بالتسلسل الهرمي للسلطة والقيادة, حيث هناك عدة مستويات منها ما يطلق عليها الإدارة العليا، وتضم كبار الموظفين وتتولى أساسا وضع الخطط ورسم السياسات وتحديد الأهداف واتخاذ القرارات الإستراتيجية والربط أو التنسيق بين السياسة العامة للمؤسسة وسياسة الدولة.

ويضم هذا المستوى عادة المدير العام، أو الرئيس المدير العام والمساعدين والنواب، وهو ما يعرف بمجلس الإدارة، المستوى الثاني ويطلق عليه البعض الإدارة الوسطى، وهي حلقة وصل بين الإدارة العليا والإدارة الدنيا, تتولى على وجه الخصوص توضيح القرارات العليا للإدارات السفلى ورفع التقارير لمدى التطبيق والإنجاز للبرامج والسياسات.

المستوى الثالث: وهو ما يعرف بالإدارة السفلى وهي تتولى التنفيذ المباشر لمختلف الخطط والتوجيهات ومراقبة هذا التنفيذ.

المهام الموكلة للإدارة: عادة ما تتولى الإدارة في أية مؤسسة عدة وظائف أو مهام منها، إدارة الإنتاج، إدارة الأفراد، إدارة التمويل، إدارة التسويق، إدارة المشتريات، إدارة الصيانة[6].

إدارة المؤسسة الإعلامية:

أصبحت المؤسسات الإعلامية المعاصرة مؤسسات ضخمة يعمل فيها قطاعات مختلفة من العمالة البشرية، إعلاميون وإداريون وعمال فنيون وعمال غير فنيين، ومن ثم أصبح بند المرتبات والأجور أحد البنود الثقيلة في ميزانيات هذه المؤسسات، مما يترتب عليه أعباء إضافية على إدارتها.

ويلجأ بعض صانعي القرار في هذه المؤسسات إلى رفع الإعلانات لتغطية قرارات زيادة الأجور، الأمر الذي قد يؤثر بالسلب على حصيلة الإعلان[1].

وتضم المؤسسات الإعلامية ثلاثة مستويات من الإدارة هي:

الإدارة العليا: تضم كبار الموظفين وتتولى وضع الخطط ورسم السياسات وتحديد الأهداف، والربط بين السياسة العامة للمؤسسة وسياسة الدولة المدير العام والنواب (مجلس الإدارة).

الإدارة الوسطى: حلقة وصل بين العليا والسفلى مهمتها توضيح القرارات العليا للإدارات السفلى ورفع التقارير لما أنجز.

الإدارة الدنيا: تتولى التنفيذ المباشر لمختلف الخطط والتوجيهات ومراقبة هذا التنفيذ.

إدارة المؤسسة الإعلامية:

الإدارة الإعلامية مصطلح فني يُقصد به الهيئة أو العضو الموجود داخلها والذي يهيمن على نواحي النشاط الإعلاني والطباعي والتوزيعي لجعل العمل التحريري مادة تُباع إلى مشتريها؛ أي قراء الصحيفة بثمن يغطي مصروفات إصدارها، ويحقق ربحا مجزيا لأصحاب رأس المال (الناشرون)[7]. وينطبق هذا التعريف كذلك على الإذاعة والتلفزيون.

كما تختلف المؤسسة الإعلامية عن غيرها إلى حد ما نظرا لطبيعة المهنة الإعلامية، فأهداف المؤسسة الإعلامية متحركة، ومن ثم فإن إدارتها تتطلب مهارة أكثر للتكيف مع تلك الطبيعة، من ذلك مثلا حتمية المرونة في إصدار القرارات، وسرعة اتخاذها والقدرة على إيجاد الحلول للمشكلات المفاجئة والسريعة الكثيرة في معظم الأحيان والمتداخلة بين الأقسام الإدارية والتقنية والتحريرية.

فالمؤسسة الإعلامية صحيفة كانت أو تلفزيونا لا يكفي فيها إذن التسلح بقواعد علم الإدارة والتنظيم، بل علاوة على ذلك تحتاج إدارتها إلى مهارة خاصة في إدراك طبيعة الرسالة الإعلامية.

في البلدان النامية على سبيل المثال يلاحظ أنه بالإضافة إلى الجوانب الإدارية البحتة هناك خصوصيات لهذه المؤسسات يجب مراعاتها للأسباب التالية:

- طبيعة السلطة الإعلامية المنتجة وتأثيراتها المتعددة على الفرد أو الجماعة والمجتمع ككل مما يحتم على إدارة المؤسسة ومسؤوليها مراعاة هذا الجانب.

- علاقة المادة الإعلامية بعامل السرعة والآنية في استهلاك هذه المادة مما يؤثر على طبيعة العمل الإداري وسرعة اتخاذ القرار في المؤسسة.

- هناك تشريعات وقائية تضعها الدول وقنوات السلطة والضغط على المهنة الإعلامية، مما يجعل المؤسسة الإعلامية بحاجة أكثر إلى مراعاة واحترام الجانب الإداري وحده.

- تودي الصفة التكاملية في المؤسسات الإعلامية دورا حاسما، مهما كان المركز أو الرتبة الوظيفية للمستخدم وهو ما يحتم بالتالي التنسيق المحكم بين مختلف الفئات العاملة في المؤسسة وأنماط التعامل والسلوك والاتصال وأسلوب القيادة.

المؤثرات المختلفة على إدارة المؤسسة الإعلامية:

تشمل إدارة المؤسسة الإعلامية جانبين هما: - إدارة التحرير- وإدارة المؤسسة.

وفي معظم الحالات وخاصة في العالم الثالث، فإن الجانب الثاني (إدارة المؤسسة) هو الذي يطغى على الجانب الأول.

ونجد في هذه الدول عدة أشكال من السيطرة والقيود والضغوط التي تمارس على إدارة المؤسسة الإعلامية والتي تؤثر بالتالي على اتخاذ القرار الذي

يراعي فيه بالدرجة الأولى وفي غالب الأحيان الجانب الإداري البحت دون مراعاة للجوانب المتعلقة بالرسالة أو المضمون.

ومن بين تلك الضغوط على سبيل المثال، حق الحكومة في التدخل في شكل منح أو سحب ترخيص النشر والإشراف المباشر، أيضا نجد السيطرة الاقتصادية من خلال الإعلان أو احتلال وسائل الإعلام، كما نلاحظ القوانين واللوائح المنظمة للإعلام التي تتضمن في معظم الأحيان ما يعرف بمحظورات النشر أو الخطوط الحمراء التي لا يجب تجاوزها في سياسة النشر، والتي تؤدي إلى فرض بعض أشكال التنظيم، كذلك نجد ما يعرف بالضغوط الاجتماعية والتي تعد من بين أكثر العوامل تأثر حيث تمتزج فيها القيم الاجتماعية المرتبطة بالنظام الاجتماعي وقيم القائم بالاتصال بمعايير الأداء المهني اليومي.

ومن هنا نجد على سبيل المثال منطق المحاباة والمحسوبية على حساب العمل ونوعه وعدم الوضوح في شروط التوظيف في المؤسسات الإعلامية وكذلك النشر للمضمون الإعلامي بالإضافة إلى بعض الضوابط الاجتماعية مثل ما يعرف بالذوق الاجتماعي للرسالة الإعلامية، فكل جمهور له ذوق يختلف إلى هذا القدر وذاك عن الآخرين وبالتالي فإن كل ذلك يطرح إشكالات متعددة في كيفية تسيير وإدارة المؤسسة الإعلامية.

وهناك عامل جماعات الضغط المحلية التي تمارس عدة أشكال من الضغوط على المؤسسة الإعلامية سواء كانت في شكل جمعيات أو تنظيمات سياسية أو دينية أو مهنية ويظهر هذا الضغط في احتلال مؤسسات إعلامية موازية في شكل مباشر أو تحت غطاء الاستقلالية (مؤسسة مستقلة) أو من خلال الصفحات المفتوحة للآراء والاتصال والضغط من خلال الأجهزة الرسمية، وقد تمتلك هذه الجماعات قوة اقتصادية رهيبة تتمثل في سيطرتها على الإعلان وهو ما يمكنها من تمرير ضغطها عبر قوة الإعلان.

ونجد كذلك الضغوط والممارسات داخل المؤسسة الإعلامية نفسها التي تظهر ضمن مستويين:

الأول: على مستوى بنية المؤسسة نتيجة لعدم التجانس بين موظفيها أو مستخدميها في الجانب السياسي والعقائدي مثلا أو قلة كفاءتهم وضعف العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين والسلطة في اتخاذ القرارات وغموض الصلاحيات، فالصراعات الكبرى العلنية أو الخفية تؤثر سلبا على كفاءة إدارة وتسيير وإنتاج المؤسسة الإعلامية.

وإلى جانب بنية المؤسسة يودي عامل طبيعة العمل الإعلامي دوره في انعدام أو تفاقم تلك الضغوط، فعلى سبيل المثال حراس البوابات مثل رئيس التحرير يلعب دورا في التأثير على السياسة التحريرية والرسائل الموجهة للجمهور، إذا كان من ذوي الاتجاهات المغايرة للسياسة العامة للمؤسسة حيث يودي به ذلك إلى تقديم كل ما يخالف آراءه ومعتقداته الشخصية.

أما المستوى الثاني والأخير من هذه الضغوط الداخلية، فهو يعرف بالاعتبارات المهنية في العملية الإعلامية، التي تؤثر على القرار الإداري والتنظيمي مثل: المساحة أو المدة الزمنية الخاصة بالنشر، توقيت النشر العلاقة مع وكالات الأنباء ومنتجي المادة الإعلامية من خارج المؤسسة.

الضغوط الممارسة داخل المؤسسة الإعلامية نفسها:

وتبدو هذه الضغوط من خلال المستويات التالية:

1- على مستوى بنية المؤسسة، لعدم التجانس بين موظفيها سياسيا وعقائديا وضعف العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين وغموض الصلاحيات.

2- طبيعة العمل الإعلامي ودوره في انعدام أو تفاقم الضغوط (حراس البوابات وتأثيرهم على السياسات التحريرية).

3- الاعتبارات المهنية في العمل الإعلامي، التي تؤثر على القرار الإداري مثل المساحة، أو المدة الزمنية المخصصة للنشر.

العلاقة بين المنتج والمستهلك في المؤسسات الإعلامية:

نجد أن أغلب المنتجات أو الخدمات تضطلع المؤسسة الإعلامية بوظائف الإنتاج والنقل والتوزيع معا، في الوقت الذي تكتفي فيه المؤسسات الأخرى بوظيفة أو اثنتين منها كحد أقصى.

فيما يتعلق بمؤسسات الإعلام نجد أن مفهوم الربح يفقد المعنى السائد له في المؤسسات الرأسمالية ويتخذ القرار بعدا اجتماعيا أوسع وأكثر شمولا حيث أن الأرباح بالمعنى السابق تكتسب وظيفة، اجتماعية تضمن دوام الخدمة العامة ثم تسهيل الممارسة الكاملة لهذه الوظيفة[8].

إن قادة المؤسسات الإعلامية يرتبطون بعلاقات شخصية وطيدة بالقيادات السياسية والثقافية وغيرها من المجتمع ويعتبرون أنفسهم من هذه الدوائر.

جدول يبين عدد الصحفيين العاملين بقطاع الإعلام بالجزائر:

لا تسمح الجزائر بالخوصصة في قطاع السمعي البصري من إذاعة وتلفزيون، في حين تسمح بإقامة صحف خاصة[9] يبين هذا الجدول الذي وضعه إبراهيم براهيمي عدد الصحفيين العاملين بقطاع الإعلام بالجزائر في القطاعين العام والخاص، حيث تسيطر الدولة الجزائرية على قطاع:

القطاع العام:

- التلفزيون 294
- الإذاعة الوطنية + 24 إذاعة محلية 250
- وكالة الأنباء الجزائرية 260

الصحافة المكتوبة

- المجاهد اليومي: 030
- النصر: 030
- الشعب: 020
- أوريزون: 020
- المساء: 020
- الجمهورية: 020

مجموع صحفيي القطاع العام: 944

القطاع الخاص:

*** الصحافة اليومية:**

- الخبر 100
- أربع (4) يوميات تتجاوز 100000 نسخة 240
- يوميتان(2) يتراوح سحبها بين 70000 و90000 نسخة 080
- ثماني (8) يوميات يتراوح سحبها بين 20000 و40000 نسخة 240
- ثماني عشرة يومية يتراوح سحبها بين 7000 و17000 نسخة 190
- خمس يوميات تسحب أقل من 5000 نسخة 040
- مجموع صحفيي الصحافة اليومية: 890
- الصحف الأسبوعية الإخبارية العامة 088

- المتعاونون + المراسلون الجزائريون للصحافة الدولية 20
- أخرى (صحافة متخصصة) 40
- مجموع صحفيي القطاع الخاص 1038
- **المجموع العام 1982**

من خلال هذا الجدول نلاحظ التنوع في الصحف المكتوبة الجزائرية، لكن هذا التنوع لم ينعكس على مستوى المضمون، حيث نلمس بوضوح ضعفا ملحوظا في مستوى العديد من الصحف الخاصة،مما يُعجل بضرورة التفكير الجدي في تطوير وسائل الإعلام الجزائرية للوصول إلى مؤسسات إعلامية متطورة من حيث الهياكل والمضامين، بعيدا عن هيمنة الخطاب الرسمي الذي قبر صحف القطاع العام وأجهزته السمعية البصرية.

الهوامش

1- علي محمد منصور، مبادئ الإدارة: أسس ومفاهيم، مجموعة النيل العربية، 1999، ص21.

2- شوقي حسين عبد الله، أصول الإدارة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1978)، ص 20.

3- علي محمد منصور، مبادئ الإدارة: أسس ومفاهيم، مرجع سابق... ص21.

4- المرجع السابق، ص 34.

5- أحمد رشيد، نظرية الإدارة العامة، الطبعة الثالثة، (القاهرة: دار المعـــارف، 1974)، ص19.

6- محمود علم الدين وأميرة العباسي، إدارة الصحف واقتصادياتها، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2002، ص ص214-215.

7- محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1994)، ص ص 238-239.

8- للتوسع في هذه القضية أنظر:

9- أميرة العباسي، الإعلانات وصنع القرار في المؤسسات الإعلامية، عالم الفكر، ص ص 260-294.

10- سليم بطرس، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، (دمشق: صبرا للطباعة والنشر، 1984).

11- عدلي رضا وعاطف العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2003).

12- عبد العزيز الفتان، إدارة الصحف، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1974).

13- Brahim Brahimi, Le Droit _ L'information _ L'Epreuve du Parti Unique et de L'Etat D'Urgences Editions SAEC – Liberte_2002),p267.

الفصل الثالث
مؤسسات الاتصال الحديثة

أولا: الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية

نشأة الأقمار الصناعية:

إن استخدام الأقمار الصناعية في الاتصال الجماهيري يعود إلى تاريخ 10 جويلية 1962 حينما أطلقت وكالة أبحاث الفضاء الأمريكية وشركة التلغراف والتلفزيون الأمريكية والمعروفة باسم AT And T قمرا صناعيا سمي تلستارTelestar وبذلك بدأ عصر بث البرامج الحية المنقولة عبر القمر الصناعي، رغم أن الاستقبال والإرسال عن طريقه لم يستمر أكثر من ساعة في ذلك الوقت[1].

وقد أنشئت المنظمة الدولية للاتصال عن بعد عبر الأقمار الصناعية (أنتلسات INTELSAT) والتي يزيد أعضاؤها عن مائة دولة عضو، وهي مسؤولة عن 95 بالمائة من حركة الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية في العالم[2].

مفهوم قمر الاتصال:

قمر الاتصال هو قمر صناعي يطلق من نقطة ما على الأرض إلى مدار معين في الفضاء فوق خط الاستواء على ارتفاع 22،300 ميل ويدوز بسرعة تقارب سرعة الأرض أي حوالي 6،870 ميل في الساعة بحيث يظهر للعيان وكأنه يدور فوق نقطة ثابتة[3].

والأقمار الصناعية نوعان:

1- **أقمار صناعية ثابتة:** وهي التي تأخذ مسارا بيضاويا حول الأرض، أي تدور على مسافة قريبة نسبيا تعتمد وتقترب من سطح الأرض.

2- **أقمار ثابتة (بالنسبة للمشاهد الأرضي):** تأخذ مدارا على مستوى خط الاستواء يبعد عن سطح الأرض 36000 كيلومتر في الفضاء[4].

وظائف الأقمار الصناعية:

تتعدد وظائف الأقمار الصناعية حيث نجد أقمار للتجسس، وأخرى للكشف عن الثروات والخيرات والمعادن في باطن الأرض وفي رسم خرائط يستعان بها في النشرات الجوية، وأقمار خاصة بالاتصالات والتي تستخدم في المكالمات الهاتفية ونقل الصور عن بعد "Fac- simile" والربط بين الحاسبات الإلكترونية، وعقد المؤتمرات عن بعد وطباعة الجرائد.

ومن بين أبرز وظائف الأقمار الصناعية استخدامها في مجالات الاتصال الجماهيري التالية:

- استقبال وبث الإرسال الإذاعي بالراديو والتلفزيون.
- نقل صور الصحف والمجلات من مقارها الرئيسة إلى أماكن طباعتها سواء في الدولة ذاتها أو في دول عديدة.
- نقل أخبار وصور وموضوعات وكالات الأنباء للصحف والإذاعات.
- بث رسائل الهاتف والفاكس والاتصال بين أجهزة الكمبيوتر في دول العالم.
- نقل وتبادل البرامج التلفزيونية بين الدول[5].

كيف يعمل قمر الاتصال؟

يستقبل قمر الاتصال الموجات اللاسلكية – من محطة- أقمار صناعية ما على سطح الأرض فيكبرها ويعيد بثها إلى محطة أرضية أو محطات أخرى على سطح الأرض بذبذبة تختلف عن ذبذبتها الأصلية حتى لا يقع تداخل بين الموجات الأصلية الصاعدة والموجات المكبرة النازلة.

ويسمي بعض المختصين الأقمار الصناعية "التوابع" لتبعيتها في مدارها للأرض وأسوة بما هو شائع عند الحديث عن الكواكب، والبعض يسميها "السواتل"؛ وهي ترجمة حرفية لمصطلح "Satellite" بالإنجليزية[6].

ومنذ غزو الفضاء سنة 1957م فإن عملية التطوير في الأقمار الصناعية لم تتوقف.

المحطات الأرضية:

إن كل نوع من الأقمار الصناعية في حاجة إلى محطات أرضية مزودة بهوائيات التوجيه، والمحطة الأرضية هي الوسيط الذي يقوم بنقل الرسالة إلى القمر الصناعي، فمن خلال المحطة الأرضية تصل المواد التلفزيونية عبر القمر الصناعي من خلال واصلة صاعدة إلى القمر من المحطة الأرضية المقامة في بلد البث، وهي واصلة هابطة من القمر إلى محطة الأخضرية (70 كلم شرق العاصمة)، ومنها إلى مبنى التلفزيون الجزائري فإلى محطة الإرسال الرئيسة للتلفزيون الجزائري بأولاد فايت (حوالي 20 كلم غرب العاصمة) ومنها إلى هوائيات الاستقبال في المنازل إلى أجهزة التلفزيون أمام المشاهدين[7].

البث المباشر عبر الأقمار الصناعية:

إذا كانت بعض الشبكات التلفزيونية مثلا تشترط ضرورة توافر محطة أرضية في الدول طالبة العضوية، فإن هذه الشروط تم تجاوزها اليوم في ظل الأقمار الصناعية المزودة بقنوات قمرية غزيرة الإشعاع بشرط توفر هوائي أو صحن لاقط (بارابول) ومحلل تنتقل من خلاله إشارات القمر الصناعي إلى التلفزيون في المترل[8].

قد بدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية منتصف السبعينات، من القرن الماضي (1976) بالقارة الأوربية، وقد كانت

عملية الاستقبال في البداية مقصورة على وضعيات معينة أو أماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات والمسارح.

خصائص شبكات الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية:

تتميز شبكات الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية بمجموعة من الخصائص أبرزها:

- **توفرها:** وذلك بوجود قنوات اتصال مفتوحة وجاهزة للاستعمال في أي وقت تريد وإلى أي مكان في العالم تود الاتصال به.
- **الاعتماد عليها:** حيث تقدم لنا أقمار الاتصال خدمة مستمرة وعلى قاعدة أساسية متواصلة ومنتظمة.
- **سلامة أو تكامل الرسالة:** حيث تؤمن لنا أقمار الاتصال رسالة كاملة وواضحة ودقيقة وسليمة من الأخطاء.
- **الأمن:** ذلك أن الأقمار الصناعية ذات جدوى اقتصادية مهمة حيث تتناسب تكلفتها حيث تنقل أقمار الاتصال الرسالة الاتصالية من المرسل إلى المستقبل بأمان، فهي تحول دون وصولها لغير المستقبل المستهدف.
- **ذات فعالية:** مع خدماتها وفعاليتها.
- **الربط:** حيث أن خدمات الشركات الفضائية في متناول أي شخص يرغب في استخدامها إلا في الظروف الاستثنائية.
- **التبادلية أو التفاعلية:** حيث يتمكن بفضلها المرسل والمستقبل من التفاعل مهما طالت المسافات وتباعدت الأماكن.
- **التنوع:** تمكن أقمار الاتصال المرسل والمستقبل من تبادل المعلومات عن طريق أنظمة التلغراف والفاكس والتلكس والبث الإذاعي، كما أنها تعطي المشتركين حق اختيار النظام الاتصالي المناسب لرسائلهم المختلفة.

- **عموميتها وعالميتها:** فشبكات الاتصال في متناول الجميع مهما كان لونه أو جنسه أو منطقة سكنه أو بعده أو قربه من خدمات هذه الأقمار[9].

القنوات الفضائية:

قد ساعد تطور تكنولوجيات الاتصال وبخاصة الأقمار الصناعية للاتصال على ظهور عشرات القنوات الفضائية، وهي في تزايد، وإذا كانت الدول المتخلفة عاجزة عن إطلاق أقمار صناعية فإنها من أجل إنشاء محطات فضائية تلجأ إلى تأجير قنوات من الأقمار الصناعية العاملة ويوجد بفرنسا بمجموعة هامة من الأقمار الصناعية، أبرزها تستأجر عشرات المحطات من فرنسا وخارجها.

كما أنه بإمكان المشاهد التقاط بعض القنوات على أكثر من قمر صناعي لأن كل قمر يرتبط إرساله بمنطقة جغرافية محددة.

المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات":

نشأتها: تم التوقيع على اتفاقية إنشاء المؤسسة في المؤتمر التنفيذي الثالث لوزراء المواصلات العرب بمقر الجامعة العربية بالقاهرة بتاريخ 14 أفريل 1976م وللموسسة شخصية قانونية كاملة، ولها في نطاق أغراضها حق التعاقد وإبرام الاتفاقات وتملك الأموال الثابتة والمنقولة والتصرف فيها، وحق التقاضي والقيام بكافة الإجراءات القانونية[10].

أهدافها: تهدف مؤسسة عربسات للأقمار الصناعية لتحقيق عدة أهداف أبرزها:

- توفير استثمار قطاع فضائي عربي للخدمات العامة والمتخصصة في مجالات الاتصالات السلكية واللاسلكية لجميع الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية وفقا للمعايير الفنية والاقتصادية المعمول بها عربيا ودوليا.
- مساعدة الدول العربية فنيا وماديا في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية.
- القيام بعمل النقل التلفزيوني والإذاعي بين الهيئات المختصة في البلاد العربية عن طريق الشبكة الفضائية العربية.
- إجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلوم وتكنولوجيا الفضاء[11].

المقر الرئيس والأعضاء المؤسسون:

يقع المقر الرئيس للمنظمة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، ولها أعضاء دائمون عددهم خمسة وهم: المملكة العربية السعودية ليبيا، الكويت، العراق، والإمارات العربية المتحدة، فضلا عن باقي الدول العربية الأخرى كأعضاء[12].

الهدف من قيام قمر صناعي عربي:

- تأمين المكالمات والاتصالات الهاتفية محليا وإقليميا ودوليا.
- توفير شبكة تلفازية على المستويين المحلي وإقليمي.
- تأمين شتى الخدمات الإضافية مثل: توزيع البرامج الإذاعية والتلكس والتلغراف ونقل المعطيات[13].

الهوامش

1- جون لابيتنر، مقدمة في الاتصال الجماهيري, الطبعة الرابعة، ترجمة مركز الكتب الأردني، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر وعمر الخطيب، 1987)، ص ص436-437.

2- المرجع السابق... ص438.

3- إبراهيم أبو عرقوب... مرجع سابق، ص96.

4- إنشراح الشال، بث وافد عن شاشات التلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي, 1994)، ص127.

5- المكان نفسه.

6- Kemmeth A, Boleyn. am Educators Guide to communication satellite Technology (Andromeda Books. The publishing Division of mats (INC 1975) PP.1-10.

7- شطاح محمد، البث التلفزيوني بواسطة الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الجديدة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 15 جانفي – جوان 1997، ص ص230 -277.

8- المرجع نفسه.

9- محمود علم الدين، ثورة المعلومات ووسائل الاتصال، مجلة السياسة الدولية، العدد 123، يناير 1996، ص ص 102- 113.

10- عبد الرحمان الغلاييني، القمر الصناعي العربي ودوره في دعم التعاون الإذاعي بين الدول العربية في مجال الأخبار والأحداث الجارية، (الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي،1984)، ص 197.

10- المرجع السابق... ص197.

11- المرجع نفسه، ص 198.

12- المرجع نفسه، ص 199.

13- المرجع نفسه، ص ص 211- 224.

ثانيا – بنوك المعطيات:

قبل الاستعراض في الحديث عن بنوك المعطيات يجب التطرق إلى جوهر بنوك المعطيات ومادتها الرمادية أو الخام وهي المعلومات.

حيث لا يمكن لأفراد المجتمع أن يعيشوا منعزلين عن بعضهم، ذلك أن استمرار الحياة وبقاءها وثراءها مرتبط بالاتصال بين هؤلاء الأفراد، ولقد كان ذلك منذ بداية الحياة على وجه الأرض، غير أن عملية الاتصال في أساسها ليست عملية عفوية اعتباطية، بل هي عملية منظمة تخضع لقواعد وأسس حتى وإن لم ينتبه لها الفرد العادي غير المتخصص.

وإذا كانت تقنيات الاتصال والتعامل مع المعلومات ضرورية للفرد العادي في حياته اليومية، فإنها تعد أكثر من ضرورة للأفراد المتخصصين الذين يشتغلون في مؤسسات وهيئات أساسها التعامل مع المعلومات من أجل تقديمها للجمهور، خاصة في عصر تعقدت فيه الحياة وتعددت مشاكلها وتشعبت سبلها.

الأصل اللغوي لكلمة معلومات:

كلمة معلومات "Information" أصلها في اللغة اللاتينية هي كلمة "Information" التي تعني شرح أو توضيح شيء ما، وتستخدم في الفرنسية بصيغتها المفرد للدلالة على معلومة.

وتُستخدم الكلمة كفحوى لعمليات الاتصال بهدف توصيل الرسالة التي هي المعلومة، بينما كلمة معلومات في اللغة العربية مشتقة من كلمة علم وترجع إلى كلمة معلم أي الأثر الذي يستدل به على الطريق.

ومن هنا فقد اختلطت كلمة معلومات وكلمات ومفاهيم أخرى كالإعلام والاتصال فهذه الكلمة نفسها "Information" بالإنجليزية استخدمت

بديلا عن مفهوم الاتصال "Communication" والاتصال الجماهيري" Mass Communication" وبديلا عن مفهوم الإعلام والدعاية...[1]

أما اصطلاحا فإن المعلومات وفقا لتعريف المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات هي:

"البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو لاستعمال محدد لأغراض اتخاذ القرارات أي البيانات التي أصبح لها قيمة بعد تحليلها أو تفسيرها أو تجميعها في شكل ذي معنى، والتي يمكن تداولها أو تسجيلها ونشرها وتوزيعها في صورة رسمية أو غير رسمية وفي أي شكل"[2].

نظام المعلومات:

نظام المعلومات هو ذلك التنظيم الذي يحكم نقل المعلومات من منتجيها إلى المستفيدين منها، وينبغي على نظام المعلومات أن يدرس ثلاثة متطلبات رئيسية هي:

1- أن يكون قادرا على أن يعلم أو يخبر المستفيد أين يجد معلوماته.

2- أن يكون قادرا على نقل المعلومات له عندما يقرر أنه يرغبها.

3- أن يرد على أسئلة المستفيد في إطار حدود الوقت الذي يراه المستفيد مناسبا[3].

تكنولوجيا المعلومات:

تكنولوجيا المعلومات من المصطلحات الجديدة التي دخلت حياتنا بشكل كبير، ويقصد به: "مجموعة من الأدوات والأنظمة والتقنيات والمعرفة المطورة لحل مشاكل تتصل باستخدام المعلومات".

كما يمكن تعريفها بأنها: "البحث عن أفضل طريقة لتسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفاعلية"[4].

ويميز روجر كارتر بين ثلاثة جوانب رئيسة لتكنولوجيا المعلومات:

الجانب الأول: تكنولوجيا تسجيل البيانات وتخزينها.

الجانب الثاني: تكنولوجيا تحليل البيانات.

الجانب الثالث: تكنولوجيا توصيل البيانات (الاتصال).

وتمثل أجهزة الكمبيوتر ووسائل الاتصال على حد تعبير مايكل ديرتوروس ملكتي تكنولوجيا عصر المعلومات، وعند جمعها معا داخل شبكات الكمبيوتر يشكلان معا أساس شبكة الانترنيت الراهنة والبنيات الأساسية لمعلومات المستقبل[5].

وكمثال على التطور الذي بلغته وسائل الاتصال من حيث السرعة الفائقة والتكلفة الزهيدة، ذكر نبيل علي أن كلفة إرسال وثيقة من 40 صفحة بين موضعين متباعدين جغرافيا كمدينتي بغداد والرباط مثلا يكون على النحو التالي حسب نوع الوسيلة:

وسيلة الاتصال:	الوقت:	الكلفة:
– البريد السريع	04 أيام	75 دولارا.
– الفاكس	30 دقيقة	45 دولارا.
– البريد الإلكتروني	دقيقتان	20 سنتا[6].

شروط التحكم في العملية الإعلامية:

يُقصد المتطلبات الأساسية التي لا بد منها لكل قائم بالاتصال أو عامل في ميدان الاتصال بالجماهير وهي تقنيات عملية أكثر منها نظرية وأبرزها:

أ– الاهتمام بالمعلومة: أصبحت المعلومة مثل السلع مواد تباع وتشترى حسب قيمتها وتأثيرها على مجرى الأحداث والحياة بشكل عام، في الوقت الذي تنتقل فيه المجتمعات المتقدمة من مجتمعات صناعية إلى مجتمعات إعلامية، وعليه وجب الاهتمام بالمعلومة مهما كانت بساطتها، فقد أثبت التاريخ

الإنساني بأحداثه ووقائعه أن معلومات تبدو في ظاهرها بسيطة عادية ساهمت في تغيير مجرى الكثير من الأحداث، بل ونقلت أمما بأكملها من حال إلى حال، وذلك ما حدث فعلا مع النبي سليمان عليه السلام حيث جلب له الهدهد؛ وهو من أصغر المخلوقات في مملكته التي سخر له فيها الجن والإنس معلومة ساهمت في إدخال ملكة سبأ وقومها في دين سيدنا سليمان عليه السلام.

كما ساهمت المعلومات في حدوث الكثير من التغيرات السياسية والاقتصادية و العسكرية وحتى الاجتماعية.

على أن الاهتمام بالمعلومة لا يجب أن نفهم من خلاله كل المعلومات المفيدة والهامة منها فقط لمجال عملنا أو تخصصنا، لأن الفضاء اليومي للفرد مليء بكم لا يُحصى من المعلومات وهنا يتم عامل الانتقاء، أي اختيار المفيد من المعلومة الذي يمكن أن نبني على أساسه خطة أو رأيا أو قرارا...

بناءا على ما سبق لا بد على الفرد من أن يصبح من الذين يهتمون بالمعلومة ويعرفون قيمتها ودورها، ولو في مجتمع لم يصل بعد إلى مرحلة تقييم المعلومة وتثمينها.

ب – **التثبت والتبين من صحة المعلومات:** يوجد في الحياة اليومية عدد لا متناه من المعلومات في مختلف الميادين والمجالات منها الصحيح ومنها الخاطئ ومنها التي مغلوطة تصله وعليه أن يتأكد من صدقها وصدق من أتى بها حتى لا يقع في فخ التضليل والمغالطة، مستخدما في ذلك العقل والمنطق معا، فكثير ما أدت المعلومات الخاطئة والمضللة إلى الوقوع في أخطاء واتخاذ قرارات ومواقف غير متوازنة أو ليست في محلها، ولذلك على كل فرد أو مؤسسة أن يكون لديه ما يشبه المصفاة التي يغربل من خلالها الحسن من الرديء والصحيح من الخاطئ.

كما أن الاعتماد على المصادر الموثوقة والصحيحة والرسمية في الحصول على المعلومات وامتلاكها، من شأنه أن يقلل من المغالطات والتضليل التي قد يقع فيها القائم بالاتصال.

ج- **تنويع مصادر المعلومات:** إن التنويع في مصادر الحصول على المعلومات يقضي على مشكلة ويفيد في تحقيق ميزة أخرى:

- فهو يقضي على مشكلة التغليط بالمعلومات الخاطئة، خاصة إذا استطاع أن يقارن بين مختلف المعلومات ومختلف المصادر ليصل في النهاية إلى موازنة عقلية يميز فيها بين الصحيح والمغلوط.

- كما يفيد في إثراء الفرد لمعلوماته، وذلك بتكامل المعلومات التي تغطي كل منها نقص الأخرى، ليصل إلى مركب معلوماتي متكامل يوظفه كما يشاء.

وللفرد الفاعل في مؤسسة إعلامية أو المسؤول فيها داخل محيطه العديد من الهيئات والأفراد الذين يمكن أن يزودوه بالمعلومات، كالمسؤولين المحليين الصحف ومراسلوها، الأعيان، رفاق العمل، الجيران التجار، بقية المواطنين، وإذا كانت هذه المصادر تتنوع بين الرسمي وغير الرسمي.

د- **توثيق المعلومات:** إن عملية توثيق المعلومات تكمن أهميتها في حفظ المعلومات وتسهيل عملية استرجاعها واستغلالها مرة ثانية أو مرات عديدة ولذلك وجب على كل قائم بالاتصال أن يكتسب ثقافة التوثيق الذي أصبح علما ويتخلص من الثقافة الشفوية التي تضيع معها كثير من المعلومات الهامة والإستراتيجية والتي كثيرا ما توقع الفرد في خداع الذاكرة حيث يتوهم أنه سوف لن ينسى بعض المعلومات وسيظل يتذكرها.

وتأتي أهمية التوثيق في عصر تطورت فيه وسائل امتلاك المعلومات وتوثيقها وتخزينها واسترجاعها من أرشيف وفيديو وانترنيت وغيرها...

هــ- الربط بين المعلومات وتوظيفها: حيث يحصل الفرد على معلومات كثيرة وفي أوقات مختلفة، عليه أن يقوم بعملية الربط بينها وتنسيقها لأن الأحداث في المجتمع مترابطة ومتشابكة وليست معزولة عن بعضها البعض فهناك معلومات تكمل الأخرى وتضيف إليها قيمة لم تكن موجودة، كما أنه من واجب القائم بالاتصال أن يوظف المعلومات التي يحصل عليها ولا يتركها تتقادم وتتآكل وتفقد قيمتها.

و- سيولة المعلومات: وذلك بترك المعلومات تسري بطريقة منظمة ومفيدة ولمن يستحقها حسب الحاجة، وبالتالي يتم تجديدها بطريقة غير مباشرة وهنا يصبح الفرد من مجرد متلقي إلى وضعية مرسل، كما أن سهولة سيولة المعلومات في أية مؤسسة أو مجتمع تسهل على المدير أو القائد تسيير مَن هم تحت مسؤوليته، وتقلل كذلك من الإشاعات وتساهم في إضفاء نوع من الشفافية والتخلص من الغموض والضبابية.

بنوك المعطيات:

إن من أبرز نتائج التحسيب غير البيبليوغرافي، أي الإلكتروني هو ظهور بنوك المعلومات كنظام لجمع واستغلال ومعالجة وتخزين واسترجاع المعلومات، فما هو بنك المعلومات؟

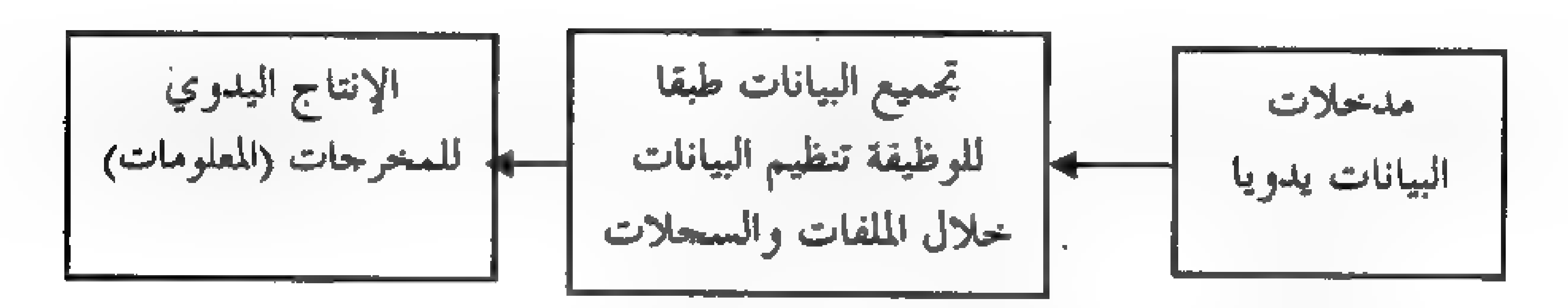
بنك المعلومات: "مرفق معلومات مهمته الأساسية استرجاع الحقائق والمعطيات الرقمية التي نحتاج إليها لتلبية حاجة إعلامية مباشرة ومدخلات بنوك المعلومات تتمثل في نتائج جهود ما يسمى بمراكز البيانات، وهي مؤسسات تتناول البيانات والمعطيات والنتائج الخام أو المجهزة تجهيزا جزئيا، حيث يتم اختزانها بشكل قابل للاسترجاع وهو يعتمد على الحاسب، ويشبه كتاب الحقائق الذي نلجأ إليه التماسا لحقيقة معينة[7].

ويُلاحظ أن بنك المعلومات يمكن أن يتضمن البيانات التي تجمع وتنظم وتستخدم بالشكل الورقي التقليدي اليدوي.

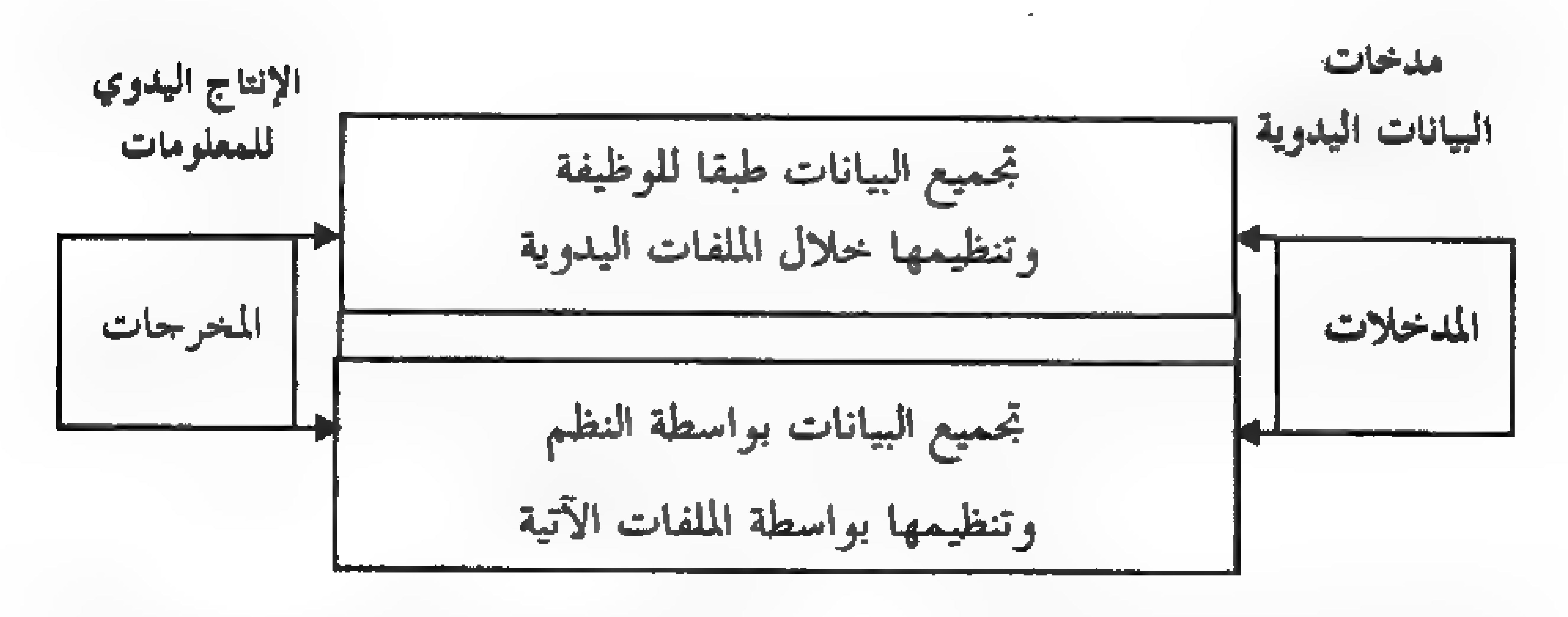
وقد مر بنك المعلومات الحديث بثلاث مراحل من التطور هي:

المرحلة الأولى:

وتتمثل في بنك المعلومات التقليدي اليدوي الذي تعرض فيه البيانات بأسلوب يدوي لا تدخل فيه أساليب المعالجة المتطورة، ومعظم البيانات في الملفات والسجلات كما هو مبين في الشكل التالي:

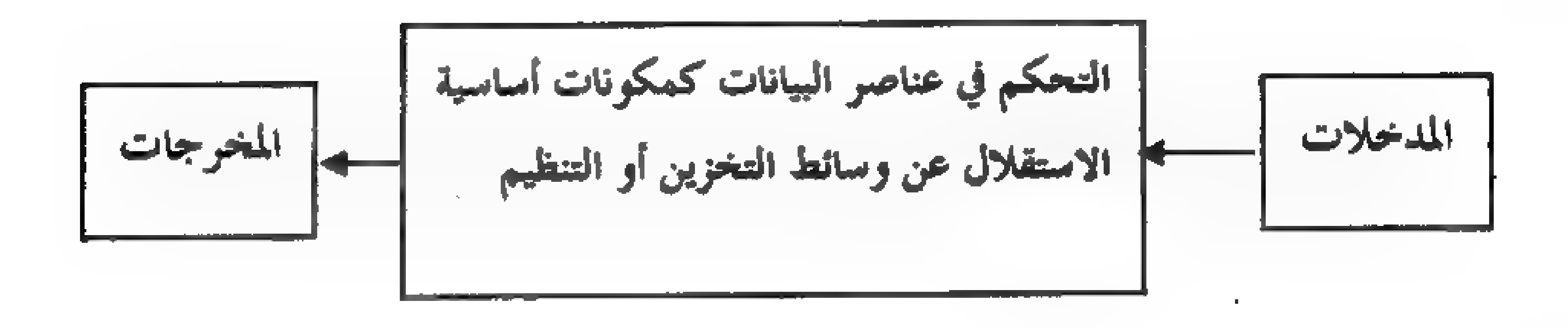


المرحلة الثانية: وتتمثل في مراعاة أسلوب الملفات والسجلات التقليدي، وأسلوب تحليل النظم والمعالجة المتطورة، وفي هذه المرحلة يقسم بنك المعلومات إلى أجزاء في الملفات والسجلات من خلال مدخل النظم والعلاقات المتداخلة للملفات، وفي هذه المرحلة قد لا تُستخدم الآلية بتوسع كما في الشكل التالي:



المرحلة الثالثة: وتتمثل في بنك المعلومات المتطور الذي تصبح فيه عناصر البيانات متجمعة بشكل كامل، بغض النظر عن وسائل التخزين أو تنظيم الملفات والسجلات.

والشكل التالي يبين بنك المعلومات في شكله المتطور:



ويُلاحَظ أن إطار بنك المعلومات المتطور يتجه نحو البيانات أي:

المدخلات ←——— البيانات ←——— المخرجات

بعكس الوجه التقليدي لبنك المعلومات الذي يركز على المعالجة أي:

المدخلات ←——— المعالجة ←——— المخرجات[8].

أهمية بنوك المعطيات:

لا يخفى على أحد ما للمعلومات من أهمية بالغة في عالمنا المعاصر المتغير لقد غدت المعلومات من المواضيع الأساسية للرهان خلال العقود المقبلة، وينتج عن توفير كم ضخم من المعلومات العلمية والفنية:

– تنمية وتطوير قدرات الدولة على الإفادة من المعلومات المتاحة والخبرات التي تتحقق في البلدان الأخرى في مجالات مختلفة (اقتصادية ثقافية اجتماعية...).

- توفير بدائل أساسية وأساليب حديثة ومتطورة لحل المشكلات الفنية المعقدة واختيارات فعالة تكفل الحد من هذه المشكلات في المستقبل وترفع فعاليات الأنشطة الخفيفة الإنتاجية والخدماتية.

- توفير قاعدة للمعرفة تكون واسعة وتكفي لحل المشكلات المختلفة وفي المجالات المختلفة.

- ضمان الحد الأدنى من القرارات السليمة في جميع القطاعات وعلى مختلف مستويات المسؤولية.

- وقد عبر "لميرتون" عن هذه الأهمية البالغة بقوله: "في عالم تجد فيه كل هيئة مرغمة على اتخاذ قرارات فريدة ومصيرية، ولتحقيق أعلى معدلات الكفاءة والابتكار فإن اتخاذ مثل هذه القرارات يدفع للاهتمام بالمعلومات بحيث يصبح توفيرها واختزالها والإفادة منها نشاطا استثماريا"[9].

- ونظرا لمشكل حجم المعلومات المتفقة وكذا مسألة الاستخدام الوثائقي لاحتواء هذا الكم غير المتناهي من المعلومات، فقد أدى الإحساس بهذا الشكل إلى التفكير في ابتكار وسائل جديدة يمكن بواسطتها التحكم في ذلك الفيض الهائل من المعلومات وتنظيمه وتيسير استعماله من جانب الباحثين ونشأ عن ذلك مجال التوثيق الذي اهتم فيه العاملون بوسائل التصنيف والتكثيف، والعمل على إدخال الوسائل الآلية واستعمال الأجهزة الحاسبة الإلكترونية في خزن المعلومات واسترجاعها.

وقد عرفت الحقبة الأخيرة صراعا حادا وواسعا بين الدول المعنية لإقامة مثل هذه المجموعات المعلوماتية الواسعة المعروفة باسم "بنوك المعلومات".

وقد استفادت بنوك المعلومات من خدمات شبكة الانترنيت، مما جعلها تطور خدماتها اعتمادا على هذه الشبكة.

الهيمنة الأمريكية الغربية على بنوك المعطيات:

أدى تكاثر شبكات المعلوماتية إلى نشوء عدد كبير من بنوك المعطيات وأصبحت تتحكم في نسبة كبيرة من المعلومات في العالم من حيث حجمها ومعالجتها وتوزيعها وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا.

فالولايات المتحدة الأمريكية تهيمن على بنوك المعلومات على الصعيد العالمي بما تملكه من وسائل، ومن الممكن أن يكون لهذا الوضع آثار خطيرة بالنسبة للدول التي قد تستعين بهذه البنوك مثل الاغتراب والاستلاب الثقافي الذي قد تعاني منه الدولة طالبة المعلومات ويوجد في العالم اليوم أكثر من 360 بنكا للمعطيات يحتوى على حوالي مليون مقال و70 بالمائة من هذه البنوك التي تقدم معلومات 85 بالمائة منها موجودة في الولايات المتحدة الأمريكية.

ولقد جاء في تقرير قدم للحكومة الفرنسية حول بنوك المعطيات أن هذه الأخيرة توسع القدرة على تخزين المعلومات في شكل غير محدود، وهي تؤثر اليوم مباشرة على مجمل النشاطات الاقتصادية والتقنية والعلمية والجامعية.

أما في بريطانيا فقد دخل نظام المعلومات مختلف الإدارات والمؤسسات الحكومية فنظام تسجيل المعلومات الشخصية للإدارة وهو بنك معطيات يتناول الموظفين الرسميين يحتوي مثلا على معلومات عن:

- مستوى الدراسة – الرواتب – المركز الوظيفي وذلك لحوالي 300 ألف موظف، وفي الإمكان طرح الأسئلة على هذا النظام في الوقت المطلوب كما أنه في استطاعة كل شخص أن يطلب إخراج المعلومات التي تخصه بهدف التحقق منها[10].

نتائج هذه الهيمنة:

ومن نتائج الهيمنة الأمريكية على بنوك المعلومات الاضطرار إلى اللجوء إلى الخارج للحصول على المعلومات المطلوبة، مما ينتج عنه نتائج أولها ينطبق

على المجال الاقتصادي إذ ينبغي الأخذ بعين الاعتبار تكاليف الاشتراك والاتصال بهذه البنوك والتي تدفع بالعملة الصعبة، مما يؤثر سلبا على تنمية اقتصاديات الدول المرتبطة بالشبكات المعلوماتية القائمة في الدول المصنعة.

من النتائج الأخرى لهذا الوضع خطر الاغتراب الثقافي، وهذا الخطر واضح فيها يتعلق باللغة المستخدمة وفي مجرد اللجوء إلى الغير لتكوين ما يسمى الذاكرة "الجماعية" لذلك فإن انتشار بنوك المعطيات أصبح ضرورة من ضرورات السيادة الوطنية ومظهرا من مظاهر التخلص من التبعية.

قضايا تتعلق ببنوك المعطيات:

طُرحت على ساحة بنوك المعطيات والمعلومات قضايا عديدة تتمثل خصوصا في عملية تسعير المعلومات وحماية الحريات الفردية.

أ- مسألة تسعير المعلومات:

إذا كانت أهمية بنوك المعطيات واضحة في مجالات عديدة فإنه ينبغي الملاحظة بأن تعميم مثل هذه المنشآت مرتبط بالتكاليف الملازمة، وعملية تقدير هذه التكاليف لا تخلو من التعقيد، فكيف يمكن قياس ثمن"معطية" تسحب من إحدى البنوك في صورة مباشرة، في حين استلزم إدخالها على البنك ثم معالجتها واستيداعها والتحقق من صحتها، عشرات المبادرات العلمية الإنسانية والتقنية.

ولذلك فمسألة تسعير إمكان الوصول إلى المعلومات المخزنة ستكون من القضايا الأساسية التي يفترض أن تجد حلولا.

ب- حماية الحريات الفردية:

طُرحت مسألة سرية المعلومات المخزنة في بنوك المعلومات ليس فقط من قبل المتخصصين في شؤون المعلومات في القطاعين العام والخاص، بل أيضا لدى الجمهور.

لذا فإن العديد من بنوك المعطيات قدمت حلولا لإزالة هذا القلق وأصبحت تؤمن حماية الحريات بأساليب تقنية، كأن يشترط في كل طالب للمعلومات أو مستخدم للبنك أن يكون مزودا بشارة أو علامة خاصة، كما عليه أن يكون على معرفة بكلمة السر وإذا حاول شخص مجهول استخدام البنك عنوة، فإن النظام يتوقف عن العمل بعد محاولة الاتصال ثانية[11].

مستقبل بنوك المعطيات:

إن حاضر مستقبل بنوك المعطيات مرتبط بتطور شبكات الاتصال، حيث لا يمكن أن تكون القدرة التقنية والاقتصادية التي تمثلها بنوك المعلومات فعالة في صورتها الكاملة إلا في ضوء اتصالات جيدة تتيح الاستخدام عن بعد والربط بين الأنظمة.

وعلى مستوى الواقع فإن كل شيء يدفع إلى الاعتقاد بأن تكوين بنوك معطيات مشتركة بين الإدارات ومفتوحة أمام كل مراكز اتخاذ القرارات سيكون في الأعوام المقبلة ظاهرة أساسية يمكن أن تؤدي إلى تغيير الصورة العامة لاقتصاد أي بلد.

كما أن التقدم التقني على صعيد أجهزة المعلوماتية سيؤدي هو الآخر دورا مهما جدا في تنمية بنوك المعطيات، كما يتيح من جهة أخرى عملية الربط بين بنوك عدة ذات اهتمامات مشتركة.

وإذا أمعنا النظر فيما يخص الإمكانيات التي يمكن أن تتيحها القدرة على تقديم الأجوبة الإلكترونية المرسومة أو السمعية البصرية فإن أنظمة المعلومات المتكاملة ستتيح تنظيم وعقلنة وتنسيق جميع النشاطات في المجتمع وفي مختلف المجالات.

ويمكن في الأخير القول إن بنوك المعطيات ستتحول إلى ما يسمى بالذكاء الجماعي لما يقدم من خدمات سواء للفرد أو للمجتمع ككل.

الهوامش

1- محمود علم الدين ومحمد تيمور عبد الحسيب، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي، (القاهرة: د.د.ن،2003)، ص7.

2- المرجع السابق، ص11.

3- المرجع نفسه، ص 31.

4- المرجع نفسه، ص176.

5- المرجع نفسه، ص178.

6- نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، (القاهرة: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003)، ص76.

7- سعد محمد الهجرسي، بنوك المعلومات الخارجية في مصر، مجلة عالم الكتاب، العدد الثاني، القاهرة، 1984، ص8.

8- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990)، ص ص74-77.

9- الطاهر بن خرف الله، بنوك المعطيات في عزي عبد الرحمان و(آخرون)، عالم الاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992)، ص ص359-370.

10- المرجع السابق.

11- المرجع نفسه.

ثالثا – الانترنيت:

ما هي الانترنيت ؟

الانترنيت "l'Internet" شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكة الكمبيوتر بعضها ببعض، عن طريق خطوط التلفونات أو خطوط الشبكة الرقمية أو الألياف البصرية أو عن طريق الأقمار الصناعية، ويستخدمها الملايين من مستخدمي الكمبيوتر حاليا على مدار الساعة في معظم أنحاء العالم، خاصة في الجامعات ومعاهد البحث العلمي والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات الحكومية.

كما تُعرف الانترنيت: "بأنها شبكة ضخمة من أجهزة الحاسب الآلي المرتبطة ببعضها البعض والمنتشرة حوّل العالم"[1].

ويعرفها البعض الآخر بأنها الطريق السريع المعلومات، لكن الصحيح أن خط المعلومات السريع هو البنية التحتية للمعلومات الوطنية والتي تُعتبر الانترنيت جزءا منها، كشبكات الهاتف والأقمار الصناعية والتلفزيون وغيرها من التقنيات التي تسمح بإرسال واستلام الصوت والصورة معا.

المُلاحَظ أن تعريفات الانترنيت تتعدد بتنوع اهتمامات العلماء والباحثين وتخصصاتهم وقد أشار كل من غبز وريتشارد "Gibbs and Richard" إلا أن تعريف المهندس للانترنيت يختلف عن تعريف التاجر والمدرس...

بالنظر إلى التعريفات التي أطلقت على الانترنيت منذ ذيوعها وانتشارها نجد أنها تشمل على العناصر التالية:

- ← الانترنيت أساسا مجموعة من الحواسيب.
- ← وتلك الحواسيب مترابطة في شبكة أو شبكات.
- ← وتلك بين الشبكات يحكمها بروتوكول معين.
- ← وإنه ليس هناك هيئة الشبكات يمكنها أن تتصل بشبكات أكبر.
- ← و أن عملية الاتصال مركزية مسؤولة عن الانترنيت.
- ← إن مهنا كثيرة يمكن أن تستخدم شبكة الانترنيت لأغراضها...

وتُمثل شبكة الأمريكية أبرز النماذج العالمية في الاستفادة من الخدمات الرقمية المتكاملة للمعلومات، وانترنيت شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر يستخدمها الملايين من مستخدمي الحاسبات الإلكترونية على مدار اليوم، وذلك في معظم أنحاء العالم خاصة الجامعات ومراكز البحث العلمي والشركات الكبرى والبنوك والمؤسسات الحكومية.

البدايات الأولى لشبكة الانترنيت:

بدأ العمل بشبكة الانترنيت في السبعينات من القرن العشرين كمشروع لوزارة الدفاع الأمريكية، لكنه سرعان ما تحول إلى مشروع أكاديمي ثم اقتصادي يهدف إلى الخدمة العامة مُكونا الأساس لطريق معلومات دولي سريع.

وقد بدأ العمل بهذه الشبكة عام 1975 كتجربة قامت بها وكالة المشروعات للأبحاث المتقدمة للدفاع التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية بهدف إنشاء نظام للاتصالات قادر على ربط جميع أنظمة الاتصالات المختلفة مع شبكة مكتب الدفاع الأمريكي.

و لم يكن الهدف بالطبع علميا أو إعلاميا، بل كان خشية وزارة الدفاع الأمريكية أن تتعرض مراكز الكمبيوتر الحربية إلى ضربات نووية تدمرها أو تضعف قدرة الآلة العسكرية على الرد أو التحرك بسرعة، لذا كانت هناك حاجة إلى البحث عن حل يستطيع العسكريون عن طريقه نقل المعلومات إلى مراكز حواسيبهم التي لم تتأثر بالعمليات العسكرية[2].

وخلال سنوات قليلة تمكن الخبراء الذين تولوا دراسة المشكلة من إيجاد حلول مناسبة ترجمت في بناء شبكة عرفت باسم "أربانيت" "Arpanet" مولت وزارة الدفاع نفقاتها، وضمت في البداية أربعة مختبرات كمبيوترية تهدف إلى تطوير نظم الاتصال التي يمكن أن تدعم هذه الشبكة.

الفرق بين الانترنيت والإنترانيت:

يمكن إيجاز الفروق بين الانترنيت والإنترانيت من خلال الجدول التالي:[7]

	الإنترانيت	الانترنيت
الملكية:	مملوك بالكامل للمؤسسة التي تستضيفه	غير مملوك لأحد
إمكانية الدخول:	لا يمكن الدخول إليها إلا للعاملين في المؤسسة ولهم كلمة المرور	أي شخص يمكنه الدخول إليه والتجول في شتى المواقع المطروحة
كيفية الوصول إليه:	يعمل في موقع واحد فقط ولا يمكن الوصول إليه من أي مكان	يمكن الوصول إليه من أي مكان
نوعية المعلومات التي تحتوي عليها:	يحتوي على الموضوعات والمعلومات التي وافقت عليها المؤسسة بحيث تصبح ذات أهمية لإنجاز أعمال المؤسسة وقد تحتوي على موضوعات سرية	قد تحتوي على صفحات غير لائقة أو معلومات غير دقيقة أو سخيفة ولا يمكنها أن تحتوي على معلومات سرية
مدى قدرتك على تغيير ما تحتويه:	يمكنك التغيير	لا يمكنك التغيير
من حيث الاتساع:	في حدود المؤسسة	لا حدود لها

ولقد أحدثت تكنولوجيا الوسائط المتعددة الناتجة عن تطور خدمات الانترنيت ثورة حقيقية في التعامل مع المعلومات بحثا وجردا وعرضا وحفظا وظهر إلى الوجود مصطلحان هامان فيما يتعلق بقراءة النصوص غير الورقية هما:

مفهوم التشعب النصي ومفهوم التشعب الوسائطي:

أ- مفهوم التشعب النصي:

وضع هذا المفهوم حدا للخطية الصارمة التي تتصف بها الوثائق المطبوعة المفيدة بفيزيقية الورق وتسلسل الطباعة فهو يحاكي وظيفة الذهن البشري في إمكانية التنقل الحر والفوري بين مواضع المعلومات على مدى النص بأكمله، إذ يتضمن النص العديد من المواضع الساخنة التي تتيح التشعب منها إلى موضع أو عدة مواضع عبر النص بأكمله, فلقد أصبح النص في ظل مفهوم التشعب النصي شبكة من العلاقات لا مجرد نص سردي لسطور متتابعة وفقرات متتالية.

ب – مفهوم التشعب الوسائطي:

هو امتداد التشعب النصي على مستوى أعلى من النص المنفرد إذ يسمح هذا النوع من التشعب بالتنقل الحر ما بين النص ومواد معلوماتية خارجة، كأن يتم التشعب من فقرة داخل النص تتحدث عن فريضة الحج إلى فلم حي يصور شعائره أو نصوص الأحاديث النبوية التي تناولت الفريضة وشعائرها..الخ[8]

عولمة الانترنيت:

تعد شبكة الانترنيت من أبرز أدوات العولمة بمختلف أبعادها الثقافية والاقتصادية والنفسية لانتشارها الواسع وسرعتها الفائقة ودورها كسوق للتبادل التجاري، وتتحول الانترنيت إلى إحدى أبرز ساحات العولمة، فضلا عن أنها مستقلة إلى حد بعيد عن الحدود الجيوسياسية، وتشكل التجارة الإلكترونية عبر الانترنيت اختراقا آخر لمفهوم الحدود التقليدية للدول القومية، حيث أصبح بالإمكان شراء السلع والخدمات من أسواق بعيدة، كما مكنت الانترنيت العديد من أصحاب المهارات مثل مبرمجي الحاسوب والمترجمين والكتاب من بيع خبراتهم ومهاراتهم مما يشكل اختراقا لتدابير حماية العمالة الوطنية.

ويرى العديد من الباحثين أنه يمكن تكييف انترنيت وفق إرادة الشعوب حيث تبين أن نسبة استخدام اللغة الإنجليزية في مواقع (ويب) تميل إلى الانخفاض، فبعد أن كانت تمثل 90% في منتصف عام 1996 انخفضت إلى 72% في منتصف عام 1998 وذلك لتبني دول عديدة مثل فرنسا وألمانيا واليابان وكوريا والصين هذه التقنية بلغتها القومية.أما على المستوى العربي فإن من إيجابيات شبكة الانترنيت هي المعلومات الغزيرة التي تنشط البحث العلمي العربي، كما أنها تسمح للضعفاء شرح قضاياهم وإيصال صوتهم إلى أي مكان يريدون.

فعن مواقع الإعلام العربي مثلا على الانترنيت فقد قامت مجلة "انترنيت العالم العربي" في عددها الرابع الصادر في شهر ديسمبر 1998م بإجراء دراسة شملت عددا من الصحف اليومية والأسبوعية بلغ عدد مواقعها بالضبط (42) موقعا، وشملت مجموعة من محطات التلفزيون والراديو بلغ عددها (15) موقعا وشملت ستة مواقع لوكالات الأنباء.وانتهت الدراسة إلى أن مواقع الإعلام العربي كافة تحتاج إلى المزيد من التطور حتى تتمكن من أداء الدور التفاعلي المناسب لشبكة الانترنيت وفيما يتعلق بالصحف اليومية، تم اختيار موقع الراية القطرية كأفضل موقع فهو الوحيد الذي يملك أداة بحث في النصوص العربية، فضلا عن حسن تنظيمه واستخدامه للنصوص العربية كما كان موقع صحيفة الوطن القطرية والبيان الإماراتية جيدين لتنظيمهما واستخدامها للنصوص العربية.

وفيما يتعلق بالتلفزيونات العربية فقد تم اختيار تلفزيون المستقبل كأفضل محطة نسبيا من مواقع المحطات التلفزيونية الأخرى، فهو يمتاز بسهولة التصفح ويحتوي على دليل برامج المحطة ويوفر إمكانية عرض الأخبار اليومية صوتا ونصا مع تحديث يومي، ويستفيد بشكل جيد من تقنية الربط المتشعبة، فيربط الأفلام التي تعرض في قاعات السينما اللبنانية والأحداث الرياضية بمواقع ذات صلة على الشبكة[9].

أما بالنسبة للإذاعات فتم اختيار راديو تونس بسبب تصميمه ومحتواه وبثه الحي وأرشيفه، أما وكالات الأنباء العربية فلم تكن كلها في المستوى المطلوب، الذي يؤهلها لهذا التصنيف.

ويشكل عام تعتبر الدول العربية متخلفة من حيث النوع والمحتوى مقارنة بالمواقع الإعلامية العالمية، ومرد ذلك واقع الصناعة البرمجية المتخلف.

وقد تطور عدد مستخدمي الانترنيت منذ عام 1995م حتى 2001 كالتالي:

- سنة 1995 كان عدد المستخدمين 0016,684 مليون مستخدم.
- سنة 1996 كان عدد المستخدمين 0033,209 مليون مستخدم.
- سنة 1997 كان عدد المستخدمين 0057,544 مليون مستخدم.
- سنة 1998 كان عدد المستخدمين 0133,089 مليون مستخدم.
- سنة 1999 كان عدد المستخدمين 0266,179 مليون مستخدم.
- سنة 2000 كان عدد المستخدمين 352,0532 مليون مستخدم.
- سنة2001 كان عدد المستخدمين 000,1066 مليون مستخدم.

وعن متوسط أعمار مستخدمي الانترنيت عبر العالم فيمكن ذكر إحصائيات سنة 2001 حيث وُجد أن:

58% من مستخدمي الانترنيت تتراوح أعمارهم من 30 إلى 50 سنة.

16% من مستخدمي الانترنيت أعمارهم أكبر من 50 سنة.

22% من مستخدمي الانترنيت أعمارهم أقل من 30 سنة.

وفي سنة 1998 كان عدد الدول المتصلة بالانترنيت 194 دولة، وكان عدد المستخدمين في الولايات المتحدة الأمريكية 47 مليون مستخدم وعدد المستخدمين عبر العالم 133 مليونا.

ووفق إحصائيات الأمم المتحدة تمتلك الدول المتقدمة 86% من الناتج المحلي الكلي للعالم بينما عدد مستخدمي الانترنيت فيها يبلغ 93% من كامل

عدد المستخدمين في العالم، كما لا تزيد نسبة انتشار استخدام الانترنيت في بعض الدول النامية ذات الدخل المنخفض عن 0,2% من عدد السكان.

وفي اليابان يستطيع نحو 45% من السكان الاتصال بالانترنيت بزيادة سنوية نسبتها 55%, وفي كوريا الجنوبية يستخدم 51% من السكان الانترنيت بزيادة بنسبة 27% عن عام 2000, وتصل النسبة لنحو 40% في بريطانيا بزيادة بنسبة 33%. وفي العام الماضي زاد عدد المشتركين بالإنترنت في أفريقيا ككل بنسبة 30% ويبلغ 1.3 مليون حاليا، وباستثناء جنوب أفريقيا ومصر وكينيا والمغرب وتونس فإن واحدا فقط من كل 440 شخصا من سكان أفريقيا يتصل بالانترنيت[10].

نظم الواقع الخائلي(انترنيت 2):

تمثل نظم الواقع الخائلي الواقع الافتراضي التي هي إحدى التطبيقات العلمية لتكنولوجيا الاتصال الرقمي ذروة ما توصل إليه تقنية المحاكاة استخدام الحاسوب وتسعى هذه التكنولوجيا المستحدثة إلى خلق بيئة تحليلية تحاكي الواقع بحيث يمكن في ظلها ممارسة الخيارات العملية، إذ تعطي هذه البيئة إحساسا أقرب ما يكون إلى الإحساس الواقعي، من أمثلة ذلك محاكي الطيران الآلي لتدريب الطيارين على قيادة الطائرات.

إن الخائلية تخلق بيئة صناعية قوامها المعلومات وينغمس فيها المتعلم لتغطية الوهم بأنه يعيشها تحت المؤثرات المختلفة, يتم ذلك من خلال مجموعة من معدات التعامل مع الحاسوب كنظارة الرؤية التي تجعل العالم الخائلي بفضائه وكائناته طوع المستخدم يتحرك مع خركة رأسه بل وارتعاش عينيه أحيانا أو أن يبحر الطالب في الفضاء الخارجي أو يتجول في متحف اللوفر أو يتدرب على قيادة السيارات أو يلعب التنس دون ملاعب أو خصم يلاعبه.

ويمكننا اللحاق بتكنولوجيا النظم الخائلية إذ ما زالت في بداياتها وكلفة تطورها تتناقص بمعدل متزايد.

وتعتمد نظم الواقع التحليلي على نظام جديد يسمى (نظام الانغماس – الغمر– عن بعد)، وهذا النظام الذكي التفاعلي ثلاثي الأبعاد سيجعل الحلم بعيد المنال حقيقة ملموسة في القريب العاجل، وسيشترك بالواقع عن بعد مع ظهور الجيل الجديد لتكنولوجيا الانترنيت حيث سيشعر المستخدم أنه داخل الحدث نفسه، وأنه انتقل إلى عوالم أخرى تبعد عنه آلاف الأميال حيث يتفاعل الجميع مع الصور المسلطة بأجهزة متطورة[11].

ولا يمكن لشبكة الانترنيت بإمكانياتها الحالية أن تنقل وتشحن بيانات كافية وسريعة لمثل هذا النظام، حيث يحتاج لقوة نقل وتبادل للبيانات تقارب 60 ميغابايت بالثانية الواحدة وقد تحتاج النوعية العالية من هذا النظام العمري

وبعد ذلك انضمت جامعات ومختبرات عديدة ومراكز علمية إلى هذه الشبكة، وشكلت هذه المؤسسات العمود الفقري لشبكة انترنيت التي لم يتعد عدد المشتركين فيها حتى عام 1988 مليون مشترك، ولكنها تطورت ونمت وزاد عدد المصادر التي تعتمد عليها والشبكات الفرعية التي تتصل بها ليصل عدد مشتركيها عبر العالم إلى حوالي 10 مليون مشترك في منصف عام 1994 ثم 33 مليون في منتصف عام 1995[3].

الخدمات التي تقدمها الانترنيت:

أجمل روثنبرغ "Rothenberg" أهم الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنيت وهي:

- البريد الإلكتروني: (Electronic Mail)
- خدمة نقل الملفات: (FTP)
- خدمة المجموعات: (News Group)
- خدمة القوائم البريدية: (Mailing List)
- خدمة المحادثة: (Internet Relay Chat)
- خدمة البحث باستخدام: (Wais)
- خدمة البحث في القوائم: (Gopher)
- خدمة الشبكة العنكبوتية: (www)
- خدمة مؤتمرات الحاسوب(Tele Conferencing) [4].

ويُعتبر البريد الإلكتروني من أهم الخدمات المتوافرة في شبكات الكمبيوتر الحالية، حيث يملك كل مشترك في شبكة انترنيت عنوانا إلكترونيا يتلقى عليه رسائله. ويتكون العنوان الإلكتروني من اسم الشخص وعنوان نظام شبكة الكمبيوتر والتي تتصل بها مع انترنيت وهو على الشكل الآتي : User@ Domain Name

ونلاحظ أن العنوان مقسم إلى جزئين هما اسم المستخدم User إلى اليسار والمجال إلى اليمين Domain Name يفصل بينهما حرف @.

واسم المجال يجب أن يكون منفردا، ويمكن أن يتكون من ثلاثة أجزاء.

1- الشركة أو المؤسسة مثل: IBM أو FORD.

2- المميز وكان يضم ستة رموز هي:

أ- المؤسسات الحكومية ورمزها: GOV

ب- المؤسسات التعليمية ورمزها: EDU

ج- الهيئات العامة ورمزها: ORG

د- المؤسسات التجارية ورمزها: COM

هـ- المؤسسات العسكرية ورمزها: MIL

و- الشبكات وغيرها ورمزها: NET[5]

وقد تم قبول سبع لواحق جديدة في نوفمبر عام 2000 وهي:

أ- خاص بمواقع صناعة الطائرات واستخدامها: طيران aero

ب- خاص بالمواقع العامة للأعمال التجارية: الأعمال biz

ج- خاص بالتعاونيات: القفص coop

د- خاص باستخدام المواقع التجارية وغيره كالإعلان التجاري: المعلومات info

هـ- خاص بالمتاحف: المتحف Museum

و- خاص باستخدام الأفراد. الأفراد name

ي- خاص بالمحترفين والكيانات المؤهلة للحرفة، المحترفون pro[6].

3- **مميز الدولة:** تملك كل دولة متصلة بشبكة الانترنيت رمزها الخاص ويتكون من حرفين، فللملكة المتحدة رمز UK ومصر رمز eg والنمسا رمزها at واليونان رمزها gr والجزائر dz.

إلى أكثر من 1.2 ميغابايت بالثانية السريعة ومع وجود حاسبات خارقة، لتؤدي التريليونات من الحسابات التي يحتاجها النظام لرسم بيئات في المجال الثلاثي الأبعاد.

محركات البحث الأجنبية والعربية:

محرك البحث هو موقع على شبكة الانترنيت مزود بقاعدة بيانات تحتوي على عناوين مواقع أخرى، وهناك نوعان رئيسيان:

- نوع عادي، يقوم بالبحث في موقع واحد.
- نوع متميز يقوم بالبحث من خلال أكثر من موقع في آن واحد.

ريوجد العديد من محركات البحث على الانترنيت كل منها يختلف عن الآخر ن حيث طريقة البحث والوظيفة التي يقوم بها والمواقع التي يستطيع الوصول إليها وطبيعتها.

ويوجد عشرة من أفضل محركات البحث الفعالة عبر العالم والمناسبة لكل الاحتياجات والمواقف.

1- محرك "Google":

يعد هذا المحرك الأمريكي من أفضل محركات البحث في العالم، وهو سريع جدا وفعال، وتصل عدد صفحاته إلى 1247 مليون صفحة، ولا يوجد به الكثير من الصور والغرافيك، ولكنه يستخدم في البحث العام وعنوانه هو: **www.google.com**

2- محرك "yahoo":

يعد بمثابة دليل الموقع على الانترنيت، ويصل عدد صفحاته إلى 1.8 مليون صفحة، ونحصل من خلاله على عناوين الكتب المتاحة على الشبكة ومفكرة مواعيد وغرف للدردشة وبريد إلكتروني وعنوانه هو: **www.yahoo.fr**

3- محرك "AltaVista":

وهو محرك فعال يتميز بالعديد من الإمكانيات البحثية ويوفر الصور ويبحث عن ملفات الموسيقى Mp3 وعن الأعمال والتجارة، كما يقدم الترجمة بمختلف اللغات، ويقوم كذلك بتحويل العملات ويصل حجمه إلى 350 مليون صفحة وعنوانه هو: **www.Altavista.com**

4- محرك "Northernlight":

وهو أحد محركات البحث الرئيسية وهو يمثل هدفا لكل شخص يبحث عن المواقع، ويتيح للباحث الأخبار والمعلومات المالية والإطلاع على عدد من الموضوعات المنشورة في أكثر من 320 مليون صفحة تحتوي على ما لا يقل 700 جريدة ومجلة في العالم وعنوانه هو: **www.northernlight.com**

5- محرك "Askjeeves":

وهو محرك إنجليزي المنشأ، وما زال الأفضل بين محركات البحث الأخرى، ويساعد كثيرا في البحث عن المعلومة، كما يتميز بالفعالية والسرعة في البحث ويحتوي على 100 مليون صفحة ويستخدم كمحرك بحث متخصص في الحقائق والأرقام وعنوانه هو: **www.Askjeeves.com**

وبجانب هذه المحركات الخمسة يأتي الجيل القادم من محركات البحث الأكثر تقدما وتكنولوجيا ويأتي على رأسها الخمس محركات الباقية.

6- محرك "web top DA":

يتميز بجمال التصميم والجاذبية، فضلا عن أنه أفضل من محركات البحث العادية، ويتميز بنفس خصائص سابقيه، ويحتاج إلى ويندوز windows 95 أو 98 أو NT وعنوانه هو: www.web **top.com**

7- محرك "ZAPPER":

يعتبر مشابها كثيرا لسابقه، ولكنه يبحث فقط وفقا لما يطلبه المستخدمون لكنك تستطيع أن تعد له وفقا لاحتياجاتك، ويعطي لك قائمة من المدخلات المحددة لمواجهة موضوعات خاصة تريدها وهو مفيد جدا لعرض الحقائق الخاصة وعنوانه هو: **www.zapper.com/.index.html**

8- محرك "kenjine":

يعد بمثابة نظام بحث ذكي جدا وسريع ويطلق عليه محرك "خدمة توصيل المعلومات للمنازل" ويمتاز بالكفاءة عند البحث عن الأخبار والروايات في المواقع العادية، ويحتاج مستعمله إلى تثبيته على جهازه وعنوانه هو: **www.kenjine.com**

9- محرك "copernic2000":

يعد من المحركات السريعة، ويعتمد في عمله على منحه كلمة خاصة أو تعبيرا معينا يقوم بعدها بإرسالها إلى أكثر من 80 محرك بحث مختلفا في وقت واحد، ثم يعود فقط بأغلب النتائج العامة، ويعد وسيلة فعالة عند البحث عن المعلومات ويعمل على نفس برامج محرك ونستطيع إنزال برنامجه مجانا وعنوانه هو: **www.copernic.com**

10- محرك "side wise.com":

يعد هذا المحرك بمثابة دليل للمتصفح، وهو عبارة عن شريط جانبي يوضع في برنامج استعراض صفحات الويب وكلما فتحت صفحة ويب جديدة يقوم المحرك بترشيح مواقع ذات صلة مع أكثر 30 موقعا شريكا له، ويحتاج هو الآخر إلى نفس تطبيقات محرك "web top" لكن عقبته الوحيدة أنه يجعل شاشة الكمبيوتر غير مرتبة تماما خاصة أنها تكون مليئة بالعديد من المواقع[12].

أهم محركات البحث العربية:

على الرغم من أن اللغة العربية لا تزال ثانوية على الشبكة العنكبوتية إلا أن الجهود المبذولة مؤخرا لزيادة الوجود العربي على الانترنيت بدأت تؤتي ثمارها في بعض المجالات، ولحسن الحظ كانت تلك المجالات محركات البحث التي تتراوح كفاءتها من الضعيفة إلى الجيدة جدا وسنستعرض أهم محركات البحث باللغة العربية على الشبكة الدولية:

1- محرك أين "ayna":

من أشهر محركات البحث العربية ويتميز بأناقة التصميم وسهولة الاستخدام، كما يقدم مواد غنية للبحث في شتى المجالات ويتضمن ثلاثة أنماط من البحث الحر:

الأول: هو نمط "الكلمة".

الثاني: هو نمط "جميع الكلمات".

الثالث: هو نمط "مطابق"، حيث يبحث عن العبارة بأكملها، كما يقدم مجانا خدمة البريد الإلكتروني والتسوق وغرف للدردشة وعناوين الأخبار في أهم الصحف العربية والعالمية والألعاب والتسلية وعنوانه هو: **ww.ayna.com**

2- محرك بوابة العرب "arabvista":

يتميز البحث في هذا المحرك بتعدد اللغات في مجالات الفنون والأدب والطب وأخبار وتقنية وغيرها... ويقوم بتحديد الدولة مما يعطي نتائج دقيقة كما يقدم خدمات للبحث عن أمهات الكتب في الطب والتاريخ والحديث والقرآن والفقه وعنوانه هو: **www.arabvista.com**

3- محرك كنوز "konous":

يتميز بواجهة تطبيق غاية في السهولة غير أن وسائله وأساليبه في البحث معقدة، ويقدم خدمات التوظيف، ونادي البيع والشراء، كما تستطيع عرض

إعلاناتك بتكلفة بسيطة ويستمر عرض الإعلان لمدة سنة، كما توجد به خدمات أخرى كالفكاهة وأسعار صرف العملات وخدمة البريد الإلكتروني، والتعرف على موسوعة الخيول وأسرار النباتات وعنوانه هو: **www.konous.com**

4- محرك عربي"ARABIC 2000":

يعتبر دليل المواقع العربية حيث يضم نخبة من المواقع التي تعرض موادها باللغة العربية في مجالات الصحة، الطب، الاقتصاد، والتجارة، وغيرها... وعنوانه هو: **www.ARABIC2000.com**

4- محرك نسيج "NASSEJ":

يعتبر أكبر المواقع العربية المصنفة ويقدم خدمات البحث والتسويق والتوظيف، حيث يقدم عروض الشركات للعمل وكذا طالبي الوظيفة، فضلا عن خدمة البحث عن مواقع عربية وعالمية وخدمة البريد الإلكتروني والأخبار والبحث عن الكتب ومنتديات الحوار وإرسال بطاقات وخدمات أخرى متنوعة وعنوانه هو: **www.NASSEJ.com**(13)

الانترنيت بالجزائر:

أشار المسؤولون على قطاع الاتصالات بالجزائر أن الجزائر أنجزت في الفترة الأخيرة شبكة ألياف بصرية طولها 1500 كلم.

كما أشار وزير البريد والمواصلات أن عدد نوادي الانترنيت بالجزائر لم تكن تتجاوز المائة (100) ناد سنة 2000، قفزت إلى 4000 ناد سنة 2004 مما أدى إلى ارتفاع عدد مرتادي الانترنيت من 10000 سنة 2000 إلى 700000سنة 2004.

كما ارتفع مؤشر المواقع الإلكترونية من 20 موقعا قبل أربع سنوات إلى 2000 موقع سنة 2004، في الوقت الذي ارتفع فيه عدد موزعي الانترنيت (البروفايدر) (Providers) من اثنين سنة 2000 إلى 95 موزعا سنة 2004(14).

الهوامش

1- محمود علم الدين ومحمد تيمور عبد الحسيب، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي... مرجع سابق.
2- عبد الحق. ط، مدخل إلى المعلوماتية: العتاد والبرمجيات، الجزء الثاني، (الجزائر: قصر الكتاب، 2000)، ص180.
3- المرجع السابق... ص181.
4- المرجع نفسه، ص181.
5- عبد الحق. ط، مدخل إلى المعلوماتية: العتاد والبرمجيات... مرجع سابق، ص181.
6- حسن علي محمد، ثورة الإعلام، (القاهرة: دار المعارف، 2003)، ص50.
7- المرجع السابق، ص ص 38- 39.
8- نبيل علي، واقع وآفاق صناعة البرمجيات والمعلوماتية في المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، التصنيع الثقافي وإنشاء سوق ثقافية عربية مشتركة، مؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، الرياض 22/16 نوفمبر 2000, ص106.
9- المرجع السابق.
10- المرجع نفسه.
11- نبيل علي، تحديات عصر المعلومات...مرجع سابق، ص ص112-114.
12- محمود علم الدين ومحمد تيمور عبد الحسيب، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي... مرجع سابق، ص ص318-320.
13- المرجع السابق... ص ص 321-324.
14- الشروق اليومي، 21 فيفري 2004).

الفصل الرابع
مؤسسات الاتصال غير الرسمية

إذا كانت عملية تنظيم المجتمع تطلبت إقامة العديد من مؤسسات الاتصال التي تؤدي وظائف محددة في المجتمع والدولة على حد سواء فإن ذلك لم يسقط العديد من مؤسسات الاتصال الرسمية و غير الرسمية التي لا يخضع أغلبها للإشراف الرسمي من الدولة الموجودة فيها.

وفي هذا الجزء سنتناول أبرز هذه المؤسسات، نبين دورها الاتصالي الهام في ربط العلاقات بين أفراد المجتمع وتمتينها كاستعراض إلى طبيعتها كأداة مكملة لعمل وسائل الاتصال الرسمية ومن أبرز هذه المؤسسات الأسرة، المدرسة المسجد، التجمعات السكانية الكبرى.

أولا: مؤسسة الأسرة

الأسرة هي الخلية الأساسية للمجتمع وتبنى العلاقات والروابط الأسرية على الحب والعاطفة ذلك أن الأسرة هي حاضنة العلاقات الرومانسية والشحن الحميمية، عكس المجتمع الذي تكون فيه كل العلاقات مبنية على المصلحة أو العقل.

تختلف الأسرة من مجتمع لآخر حسب التركيبة والوظيفة والعادات، ففي المجتمعات الغربية نجد مفهوم الأسرة النووية "Nuclear Family" التي لا يتعدى أفرادها غالبا أربعة (الأب، الأم والولدين)، بينما نجد في المجتمعات الشرقية الغالب الأسرة المركبة التي يتجاوز عدد أفرادها الخمسة في عديد الحالات، وفي بعض المجتمعات الأخرى مثل الاتحاد السوفييتي سابقا الذي ينص دستوره لسنة (1917) على التعاونية مكان الأسرة.

ولقد كرمت جميع الأديان الأسرة باعتبارها عش الرجل، واعتبرت الأم المعلم الأول الذي لا يمكن استبداله بغيره.

ومع تعقد الحياة الاجتماعية وخروج كل من المرأة والرجل للعمل انتشرت فكرة التعاون الاجتماعي ومدارس الحضانة، وبيوت الأطفال وهذه الأخيرة مؤسسات يغيب فيها الأم والأب تحت رعاية الموظفين، وإذا كانت الأم تلد الإنسان وتربيه؛ فإن الحضانة تهيئ عنصرا في مجتمع، وتصميم مواطن لخدمة الدولة وهي مصنع أو آلة تعليمية، تغيب فيها أهم وظائف الأسرة وهي الوظيفة الاتصالية، حيث تنتقل الخبرة والتاريخ والتراث من الأب والأم وغيرهما إلى الأبناء وفي ذلك حفظ للأجيال والتراث كامل من الأسرة ففي الأسرة يتعلم الإنسان أولى قواعد التواصل الإنساني بل وأفضلها من خلال الإنسان المطلوب في هذه المؤسسة).

مفهوم الأسرة:

ليس لاصطلاح العائلة أو الأسرة "FamiLy" تعريف ومعنى واضح يتفق عليه علماء الاجتماع وغيرهم، غير أن الأسرة هي من الوحدات الأساسية التي يتكون منها الترتيب الاجتماعي.

ويعرفها كل من برغس ولوك في كتابهم "العائلة" بأنها: "جماعة من الأفراد تربطهم روابط ناتجة من صلات الزواج، الدم والتبني، وهذه الجماعة تعيش في دار واحدة وترتبط أعضاءها، الأب، الأم، البنت، علاقات اجتماعية متماسكة أساسها المصالح والأهداف المشتركة"[1].

كما تُعرف الأسرة بأنها: "الجماعة المكونة من الزوج والزوجة وأولادهما غير المتزوجين الذين يقيمون معا في مسكن واحد"[2].

في نفس الوقت الذي يشير مصطلح العائلة إلى الأسرة الممتدة "Extented Family" المكونة من الزوج والزوجة وأولادهما الذكور والإناث غير المتزوجين والأولاد وزوجاتهم وأبنائهم وغيرهم من الأقارب كالعم والعمة والابنة الأرملة... الخ، وهؤلاء يقيمون في المسكن نفسه ويشاركون في حياة اقتصادية واجتماعية واحدة تحت رئاسة الأب الأكبر أو رئيس العائلة[3].

البعد الاجتماعي للأسرة:

الأسرة ليست نظاما قائما على دوافع الغريزة وصلات الدم فحسب، بل هي أشمل من ذلك، إذ تعد الأسرة نظاما اجتماعيا تصطلح عليه الجماعات وليس نظاما طبيعيا تقرره الدوافع الغريزية، كما أن وظائفها تشمل الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والتشريعية والقضائية والسياسية والدينية.

ويتجلى البعد الاجتماعي للأسرة في كون أن المجتمع لا يقر اتصال الرجل بالمرأة ولا يعترف به ولا يكون له أي مظهر عائلي إلا إذا تم في الحدود التي رسمتها النظم الاجتماعية وتوافرت فيه جميع الشروط التي يرى المجتمع ضرورتها[4].

ويمكن الإشارة إلى أن بناء الأسرة يعتمد على دعامتين نشاهدهما في كل المجتمعات:

الدعامة الأولى:

هي حاجة الإنسان لأن يعيش في جماعة، لأن ضمان حياته وبقاءه أمر جمعي أكثر منه أمر فردي.

الدعامة الثانية:

أن النوع الإنساني كله من أصل واحد، مما جعل خصائصه البيولوجية مشتركة ومتقاربة، لذلك نجد تشابها في سلوكه وعاداته[5].

الوظائف الاجتماعية للأسرة:

على الرغم مما فقدته الأسرة من بعض الوظائف خلال تطورها التاريخي إلا أنها لا تزال تحتفظ بعدد آخر من الوظائف لا يقل أهمية ومن أبرزها:

1- لا تزال الأسرة هي أصلح نظام للتناسل، يضمن للمجتمع استمراره عن طريق إنجاز ذلك.

2 - تعتبر الأسرة المدرسة الأولى التي يتعلم الطفل لغته الوطنية كما أنها لا تزال مسؤولة إلى حد كبير عن التنشئة والتوجيه، إلى جانب النظم التعليمية الموجودة في المجتمع.

3- تعكس الأسرة على المجتمع صفاتها, فهي التي تكون الطفل، وتعمل على تكامل شخصيته كما تؤدي دورا مميزا يتجلى من خلال ربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض، ثم ربطهم بالتالي بالمجتمع الذي يعيشون فيه[6].

ويمكن تلخيص الوظائف السابقة في: الوظائف البيولوجية والنفسية والعاطفية والتربوية.

الروابط الأسرية:

تُعد الصلات الأسرية من أقوى الروابط التي تربط الأفراد بعضهم ببعض، وتختلف هذه الصلات من حيث الشدة باختلاف المجتمعات، ونستطيع أن نقسم المجتمعات من هذه الوجهة إلى نوعين:

- مجتمعات تسودها العصبية؛ ومثل هذه المجتمعات تغالي في قيمة الروابط الأسرية، وتجعل لها المقام الأول في الاعتبار بالنسبة للأهداف التي تواجه الأفراد في المواقف المختلفة.
- مجتمعات تسودها الفردية نتيجة المغالاة في إنكار قيمة هذه الروابط الأسرية[7].

ويُعتبر تماسك الأسرة جزءا من التماسك الاجتماعي بوجه عام، والأسرة كظاهرة اجتماعية مؤلفة من عديد الأدوار والمكانات المتباينة من حيث السن أو النوع أو المركز الاجتماعي، ومن حيث الاستعدادات والقدرات والقيم والاتجاهات، ولا يتسنى لها أن تحظى بقدر كاف من التماسك إلا إذا كان هناك تناسق وترابط بين هذه الدوار والمكانات التي يقوم بها أفراد الأسرة، أو التي يُهيئون لاحتلالها وفق مصطلحات الجماعة وعاداتها الاجتماعية، وبذلك تتمكن الأسرة من القيام بوظائفها العاطفية والاجتماعية وسد حاجاتها الأساسية[8].

التلفزيون والأسرة:

في هذه النقطة سوف نتطرق إلى العلاقة بين مؤسسة عريقة هي مؤسسة الأسرة، ومؤسسة حديثة هي التلفزيون الذي ترك آثاره وبصماته على الحياة الأسرية في المجتمعات الحديثة.

حيث نجد أن أغلب الكتابات والتعليقات تشير إلى الأثر السلبي الذي خلفه التلفزيون على الحياة الأسرية، خلا بعض الاستثناءات.

فقد كتب أحد النقاد في نيويورك تايمز قائلا:

"لا حاجة بطبيعة الحال إلى عمل دراسة مسحية، لإثبات أن التلفزيون قد لم شمل الأسرة في حجرة واحدة"[9].

وأدى التلفزيون دورا سلبيا تجاه العلاقات الأسرية والاجتماعية في المجتمع الغربي، أكثر من المجتمعات الأخرى، فمن خلال سيطرته على الوقت الذي تقضيه الأسر معا، دمر التلفزيون الطابع الخاص الذي يميز أسرة عن أخرى، وهو طابع يعتمد إلى حد بعيد على ما تفعله الأسرة، وما يجمعها من طقوس خاصة، وألعاب، ودعابات متكررة، وأغان شائعة وأنشطة مشتركة، وما الذي حدث للطقوس الأسرية التي أعطت لأعضاء الأسرة شعورا بالانتماء إلى بيت ما؟ كطقوس وجبات الطعام، طقوس الذهاب إلى الفراش، طقوس المرض، طقوس العطلات... فكم طقس نجا من غائلة جهاز التلفزيون؟

ففي الولايات المتحدة الأمريكية أدى التلفزيون دورا مهما في تفكك الأسرة الأمريكية، من خلال تأثيره في العلاقات الأسرية، وتسهيله انسحاب الأبوين من القيام بدور فعال في التنشئة الاجتماعية لأطفالهم، وفي حلوله محل الطقوس الأسرية والمناسبات الخاصة.

الهوامش

1- دينكن ميتشل، معجم علم الاجتماع... مرجع سابق، ص97.

2- سنـــاء الخولي، الأســـرة والحياة العائليـــة، (بيروت: دار النهضـــة العربية 1984)، ص ص39-40.

3- المرجع السابق.

4- عبد الحميـــد لطفي، علم الاجتمـــاع، (بيـــروت: دار النهضـــة العربيـــة،1981)، ص ص119-121.

5- محمد عبد المنعم نور، المجتمع الإنساني، (القاهرة:مكتبة القاهرة الحديثة، 1970)، ص64.

6- عبد الحميد لطفي، مرجع سابق... ص126.

7- محمد عبد المنعم نور، المجتمع الإنساني... مرجع سابق، ص67.

8- المرجع السابق، ص 73.

9- ماري وين، مرجع سابق، ص157.

ثانيا – المجتمع والجماعة:

التفرقة بين المجتمع الذي هو مجموعة من الأفراد تجمعوا على أساس من المصالح والمطالب المادية، وبين الجماعة التي هي مجموعة داخلية من الناس اجتمعوا على أساس من الشعور، وبالانتماء والأفكار المشتركة والثقة، وإذا كان المجتمع يميل إلى كثير من الرسمية والتبعية، فإن الجماعة تقوم على أساس المعرفة والتضامن ولذلك فإن الحضارة (المادية البحتة) التي خلقت المجتمع، تدمر الصلات الشخصية المباشرة، بين الناس وتقيم بدلا منها علاقات خارجية مجهولة غير مباشرة.

وتتمثل الصلات الداخلية الشخصية بين الناس في العلاقات الأسرية والاحتفال بالأعياد وحفلات الميلاد والزواج والوفاة التي يشترك فيها أفراد الجماعة كما تتمثل في تبادل المعرفة المباشرة والرعاية من إنسان آخر[1].

وبدلا من هذه الصلات التي تجعل الإنسان كائنا إنسانيا تخلق الحضارة (المادية) مؤسسات للرعاية الاجتماعية فقط تغيب فيها الكثير من وظائف المجتمع لتصبح العمليات الاتصالية ذات صبغة مصلحية أكثر منها قيمية.

الجماعـــــــة:

عرف العالم الاجتماعي إلبيون سمول في عام 1950 الجماعة الاجتماعية بأنها مجموعة من الناس كبيرة أو صغيرة الحجم تربط أعضائها علاقات اجتماعية قوية تساعد على تحقيق أهدافهم الأساسية[2].

المجتمع: (Society)

يُعرف هوبس المجتمع بأنه مجموعة من الأفراد تقطن على بقعة جغرافية محددة من الناحية السياسية ومعترف بها، ولها مجموعة من العادات والتقاليد والمقاييس والقيم والأحكام الاجتماعية والأهداف المشتركة المتبادلة التي أساسها الدين واللغة والتاريخ والعنصر.

وهناك من عرف المجتمع بأنه جميع العلاقات بين الأفراد وهم في حالة تفاعل مع منظمات وجمعيات لها أحكام وأسس معنية[3].

كما يمكننا استعمال كلمة مجتمع لتعني الشبكة المعقدة من العلاقات الاجتماعية التي قام الإنسان بتنظيمها ورسم معالمها.

وهناك من عرف المجتمع بالاعتماد على المدخل الاتصالي بأنه مجموعة من الأفراد تكون في حالة اتصال دائم ولها أهداف ومصالح مشتركة متبادلة وبالاتصال الدائم نعني جميع التفاعلات والروابط التي تجمع بين الأفراد مهما تكن هذه الروابط مباشرة أو غير مباشرة شعورية أو لا شعورية تعاونية أو عدائية[4].

تقسيم الجماعات:

تتفاوت الجماعات في تكوينها وخصائصها، ويمكننا أن نصنفها على النحو التالي:

أ- من حيث الاستمرار، تنقسم الجماعات إلى: جماعة دائمة وجماعة مؤقتة، ومن أمثلة الأولى الأسرة والمدرسة، ومن أمثلة الثانية المظاهرات والحشود المختلفة.

ب- من حيث الأهداف التي دعت إلى الاجتماع، نجد أن هناك جماعات تعاقدية كالبنوك والوزارات والشركاء، وجماعات أساسها الصداقة، كالأسرة والقبيلة والعشيرة.

ج- ومن حيث التركيب والتكوين، نجد أن الجماعات تختلف، فهناك الجماعات المتجانسة والجماعات غير المتجانسة.

د- أما من ناحية درجة التنظيم الاجتماعي ومستواه، فإننا نجد الجماعات الرسمية، كالهيئات الحكومية، وجماعات غير رسمية كأقران اللعب ومجتمع القرية أو العزبة.

هـ- وهناك جماعات تقوم على أساس الاختيار والإجبار، فهناك جماعات ينضم الإنسان فيها باختياره، كالأندية، وأخرى لا يكون أمامه فرصة الاختيار لرفض العضوية أو قبولها، كما في حالة الجماعات التلقائية، كالأسرة مثلا[5].

و- أما من جهة الاتصال الاجتماعي وطبيعته، فنجد أن هناك الجماعات ذات الاتصال المباشر، وهي الجماعة الأولية، والجماعات ذات الاتصال غير المباشر، وهي الجماعة الثانوية.

المجتمع الجماهيري: (Mass Society)

يُستعمل هذا الاصطلاح في وصف المجتمعات الديمقراطية التي تعطي المجال للجماهير للتعبير عن أفكارها حول الأمور والمشاكل التي تواجهها خلال حياتها المعقدة.

ويتضمن هذا الاصطلاح المزايا التالية التي تتسم بها عادة المجتمعات الجماهيرية وهي: التصنيع الواسع، التنمية الحضرية الضخمة والإدارة البيروقراطية الشاملة التي تدخل في جميع مؤسسات ومنظمات المجتمع الجماهيري[5].

وخلال القرن العشرين كانت صورة المجتمع الجديدة أنه يتغير من نظام اجتماعي تقليدي مستقر يرتبط فيه الناس ارتباطا وثيقا إلى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر حيث ينعزل فيه الأفراد اجتماعيا عن بعضهم البعض.

وإذا كانت فكرة المجتمع الجماهيري تعني في جانب منها المجتمع الضخم فإنه يشير بدرجة كبيرة إلى العلاقة القائمة بين الأفراد والنظام الاجتماعي المتعلق به، وتتقسم وضعية الأفراد في هذا المجتمع من حيث العلاقة الاتصالية بينهم بالخصائص التالية:

أ- يعيش الأفراد في المجتمع الجماهيري في وضع يتسم بالعزلة النفسية عن الآخرين.

ب- انعدام المشاعر الشخصية هي السائدة غالبا.

ج- أن الأفراد يتحررون نفسيا من المتطلبات المتصلة بالالتزامات الاجتماعية العامة، وقد ارتبط ذلك كله بضعف الروابط التقليدية وتنامي العقلانية وتقسيم العمل مما جعل الأفراد يرتبطون ببعضهم ارتباطا طفيفا[7].

وقد ارتبط ظهور هذا النوع من المجتمع بعد ظهور التجمعات السكانية الكبرى والمدن والمناطق الصناعية التي أصبحت تضم الملايين من الأفراد.

ويميل الأفراد اليوم في التجمعات السكانية الكبرى إلى تنظيم أنفسهم في شكل جمعيات محلية متعددة الاهتمامات والوظائف هدفها خدماتي اتصالي حيث تكون في الكثير من الحالات حلقة اتصال بين السكان أنفسهم من جهة وبين السكان والسلطات من جهة ثانية[8].

الهوامش

1- علي عزت بيغوفيتش، الإسلام بين الشرق والغرب، ترجمة محمد يوسف عدس، (بيروت: مؤسسة العلم الحديث، 1994)، ص ص 250-252.
2- دينكن ميتشل... مرجع سابق، ص 108.
3- المرجع السابق... ص 226.
4- المرجع نفسه، ص 227.
5- محمد عبد المنعم نور، المجتمع الإنساني... مرجع سابق، ص ص 103-104.
6- المرجع نفسه، ص ص142-143.
7- ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993)، ص229.
8- المرجع السابق.

ثالثا – المدرسة والمسجد:

وفقا لنظرية النظم نجد أن المدرسة مؤسسة اجتماعية أنشأها المجتمع لتربية وتعليم أبنائه، وسنقوم بتحليل هذه المؤسسة من خلال استعراض بعديها الاجتماعي والاتصالي.

مفهوم المدرسة:

المدرسة كلمة تطلق على المبنى وما يضمه من حيطان وجدران وحجرات وفصول وملاعب وحدائق ومعامل وورش وتجهيزات مادية.

أما التمدرس فهو مصدر خماسي من الفعل تمدرس يتمدرس تمدرسا، يرجع في أصله اللغوي إلى الفعل درس بمعنى تعلم، وتمدرس على وزن تتلمذ.

والمدرسة اسم مكان من الفعل درس، ومعناها مكان الدرس والتعليم، وهي بمثل كلمة مطبعة، أي مكان الطباعة، ومكتبة أي مكان الكتب وهكذا...[1]

تتكون المدرسة كمؤسسة من الهياكل التالية:

أ- **بناء اجتماعي:** يتكون البناء الاجتماعي من جميع العناصر والموارد البشرية، التي تكون الهيكل الاجتماعي وتشمل التلاميذ أو الطلاب والمعلمين والمشرفين على العملية التربوية من إداريين وفنيين وعمال وهو ما يسمى كذلك بالتركيب الاجتماعي للمدرسة.

ب- **بناء غير اجتماعي:** ويشمل جميع العناصر الأخرى غير البشرية والتي تدخل في البناء المدرسي مثل: المباني والتجهيزات العملية والعلمية فضلا عن المناهج وطرق التدريس والوسائل التدريسية والموارد المالية وأدوات الاتصال.

البيئة المدرسية:

تنقسم البيئة المدرسية من حيث المدى والتأثير إلى ثلاثة أقسام:

أ- **البيئة الداخلية للمدرسة:** وهي التي تشمل كل ما يقع داخل المدرسة، سواء في بنائها الاجتماعي أو غير اجتماعي والتي تنشأ فيها العلاقات والتفاعلات داخل الأنشطة المدرسية المختلفة.

ب- **البيئة القريبة للمدرسة:** وهي المحيط التي تعمل فيه المدرسة فتؤثر فيه وتتأثر به خاصة على المستوى الاجتماعي أي على مستوى التفاعلات، حيث يفرض هذا التفاؤل على المدرسة نظاما منفتحا على البيئة القريبة تستجيب لحاجاتها وتتجاوب مع تطلعاتها.

ج- **البيئة البعيد للمدرسة:** وهي التي تشمل المجتمع كله، أو العالم بأسره ذلك أن نشاط المدرسة يتأثر بالظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية المحلية والوطنية والدولية ذلك أن الفلسفة التعليمية هي انعكاس السياسة الاجتماعية توجيه عام[2].

الدور الاجتماعي و الاتصالي للمدرسة:

لا يخفى دور المدرسة في عملية التفاعل الاجتماعي فعن طريق هذا الأخير يتمكن الطفل من اكتساب ثقافة الجماعة التي ينتمي إليها، فيتعلم لغتها ويتمثل قيمتها، لأن الطفل منذ التحاقه بالمدرسة تتسع دائرة علاقته الاجتماعية، حيث ينضم إلى جماعات أخرى في النادي، وجماعة الأقران...

وبوجه عام يؤدي التعليم عموما دورا كبيرا في عملية الحراك الاجتماعي للأفراد والجماعات بما يتيحه لهؤلاء من تأهيل وإعداد أفضل، وبالتالي إمكانية الانتقال إلى وضع اجتماعي أعلى[3].

المدرسة والمسجد:

إن احتضان الإسلام للعلم برز في أحسن صوره في التحام المسجد بالمدرسة ويرجع أول قرار لبناء المدارس قرب المسجد إلى الخليفة عمر بن الخطاب رضي الله عنه، وقد تكرر الأمر بذلك في عهد الخليفة هارون الرشيد (786-808) ولم تنقطع المساجد عن المدارس إلا بعد ذلك بعهد طويل عندما أنشئت المدرسة النظامية في بغداد.

ولم يكن المسجد خلال تاريخه مجرد مكان للعبادة حيث يقول جاك رسل مؤكدا هذه الحقيقة: "في القرون الأولى للإسلام كان أي مكان في المجتمع يتجمع فيه أناس مكان – سواء كانت مدرسة أو ناديا أو سوقا – يعتبر مسجدا" وقد كان للمسجد ؟ وظيفة إعلامية عن طريق الخطب سواء في الجمعة أو في سائر الأيام الأخرى من الأسبوع، حيث كان الخطيب يلقي أمام الناس خطبة تتضمن آخر أخبار المدينة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية إلى أن استقل بالوظيفة الدينية [(4)].

أما المدرسة فهي المؤسسة الاجتماعية الأولى بعد الأسرة التي يخرج إليها الطفل ليتعلم، العلوم وهي فرصته الأولى للاتصال بالعالم الخارجي رسميا وفي مستوى آخر من مستويات الاتصال يتمثل في نقل المعرفة والتراث للأجيال.

وفي المدرسة يتعلم الفرد (الطفل) طرق الاتصال والتعبير الشفوي والكتابي وحتى الرمزي، كما يتعلم لغة الاتصال ووسيلته الأولى.

وفي مستوى آخر تعد المدرسة فضاء اتصاليا يلتقي فيه أبناء الحي الكبير المنحدرين من أسر مختلفة ليشكلوا فيما بينهم نسيجا اجتماعيا مصغرا عن المجتمع الكبير.

وقد أنشئت أقدم جامعة أوروبية في سالرنو في إيطاليا سنة 1050م ثم تلتها جامعة بادوا سنة 1222م وأكسفورد سنة 1284 م وسلامانكا الأسبانية سنة 1234 ثم مونبيليه في فرنسا.

ويعتبر العالم السوفييتي من أكاديمية موسكو "بندلي" أن أقدم جامعة في العالم ليست في أوربا، بل في إفريقيا، وفي مدينة فاس عاصمة بلاد المغرب، بينما يرى "دلفان" في كتابه "فاس وجامعتها" أن جامعة القرويين تعتبر أول مدرسة في الدنيا(5).

واشتهرت مدارس الأندلس بكثير من أساتذتها الاختصاصيين والطلاب من جميع الأجناس والأديان لدراسة العلوم الدينية والدنيوية كالفلك والطب والفلسفة والموسيقى.

الهوامش

1- محمد منير مرسي، المدرسة والتمدرس، (القاهرة: عالم الكتب، 1998)، ص 07.

2- السيد سلامة الخميسي، التربية والمدرسة والمعلم، قراءة اجتماعية ثقافية، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2000)، ص ص 225-236.

3- المرجع السابق... ص ص 146-153.

4- علي عزت بيغوفيتش... مرجع سابق، ص ص256-258.

5- أنور الرفاعي، الإسلام في حضارته ونظمه الإدارية والسياسية والعلمية والاجتماعية والاقتصادية والفنية... مرجع سابق، ص451.

المراجع

أولا- باللغة العربية:

1- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1993).

2- إبراهيم إمام, ومحلات الأنباء، (القاهرة: دار النهضة العربية, 1972).

3- ابن منظور، لسان العرب، المجلد السادس (بيروت: دار بيروت للطباعة والنشر، 1956).

4- أبو عثمان بن عمرو الجاحظ، كتاب الحيوان، تحقيق عبد السلام أحمد هارون، الجزء السابع، (القاهرة: مطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1943).

5- أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية، (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982).

6- أحمد رشيد، نظرية الإدارة العامة، الطبعة الثالثة، (القاهرة: دار المعارف، 1974).

7- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، (القاهرة: دار الكتاب المصري، دار الكتاب اللبناني، 1985).

8- أحمد يوسف سعد، السينما والتربية في مصر، قراءة نقدية في ملفات الفيلم الروائي، (القاهرة: مركز الدراسات والمعلومات القانونية لحقوق الإنسان، د.ت.ن).

9- أديم بطرس، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، (دمشق: صبرا للطباعة والنشر، 1984).

10- آرثر أسا برغر، أساليب التحليل الإعلامي، ترجمة علي شو يل القـــرني (د د ن، د س ن).

11- ألكسندر ستيبشفيتش، تاريخ الكتاب، القسم الثانـــي، ترجمـــة محمد.م، الأرناؤوط سلسلة عالم المعرفة (170)، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1993).

12- السيد سلامة الخميسي، التربية والمدرسة والمعلم، قراءة اجتماعية ثقافية، (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2000).

13- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، التصنيع الثقافي وإنشاء سوق ثقافية عربية مشتركة، مؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي، (الرياض: 16- 22 نوفمبر2000).

14- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الصناعات الإعلامية والاتصالية في الوطن العربي، (تونس، 1993).

15- انشراح الشال، بث وافد عن شاشات التلفزيون، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1994).

16- حازية فرقاني، المسرح وفعاليته، مجلة المسرح دوت كوم، السنة الثانية يوليو 2003.

17- جورج عطية (محررا)، الكتاب في العالم الإسلامي: ترجمة عبد الستار الحلوجي، سلسلة عالم المعرفة، (297)، (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2003).

18- جون لايتتر، مقدمة في الاتصال الجماهيري، الطبعة الرابعة، ترجمـــة مركز الكتب الأردني، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والـــنشر وعمر الخطيب، 1987).

19- جين كي غيتس، دليل القارئ والباحث لاستخدام الكتب والمكتبات، ترجمة عبد الرحمان عبد الله الشيخ، (الكويت: دار البحوث العلمية، 1979).

20- حسن إبراهيم حسن، تاريخ الإسلام: السياسي والديني والثقافي والاجتماعي، الجزء الأول، الطبعة السادسة، (القاهرة: دار النهضة المصرية، 1964).

21- حسن عبد الرحمان الشيمي، القراءة في عصر المعلومات، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001).

22- حسن علي محمد، ثورة الإعلام، (القاهرة: دار المعارف، 2003).

23- حشمت قاسم، المكتبة والبحث، (القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1993).

24- خليل صابات، وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها، الطبعة السادسة، (القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 1991).

25- دينكن ميتشل، معجم علم الاجتماع، الطبعة الثانية، (بيروت: دار الطليعة، 1986).

ديل كارنيجي، فن الخطابة: اكتساب الثقة، (الجزائر: دار الهدى، د ت ن).

26- رحيم مزيد، قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2002).

27- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002).

28- زياد النابلسي، علم نفس المؤسسات، مجلة الثقافة النفسية، العدد الرابع، 1990.

29- زيغريد هونكه، شمس العرب تسطع على الغرب: أثر الحضارة العربية في أوروبا، ترجمة فؤاد حسنين علي، (الجزائر: دار البعث، 1986).

30- سامي ذبيان، الصحافة اليومية والإعلام: الموضوع، التقنية والتنفيذ، الطبعة الثانية، (بيروت: دار المسيرة، 1987).

31- سايح الهواري، ملفات وثائقية: الإعلام والثقافة في الجزائر(1962- 1976)، (الجزائر: مطبعة الشعب للصحافة، 1978).

32- سعيد الصويعي، فن صناعة الصحافة: ماضيه، حاضره ومستقبله، (طرابلس: المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، 1984).

33- سناء الخولي، الأسرة والحياة العائلية، (بيروت: دار النهضة العربية 1984).

34- سليم بطرس، إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، (دمشق: صبرا للطباعة والنشر، 1984).

35- سوزان القليني وهبة الله السمري، التدريب والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1998).

36- شعبان عبد العزيز خليفة، حركة نشر الكتب في مصر: دراسة تطبيقية، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر، 1974).

37- شوقي حسين عبد الله، أصول الإدارة، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1978).

38- عبد الحق. ط، مدخل إلى المعلوماتية: العتاد والبرمجيات، الجزء الثاني، (الجزائر: قصر الكتاب، 2000).

39- عبد الحميد حيفري، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985).

40- عبد الحميد لطفي، علم الاجتماع، (بيروت: دار النهضة العربية، 1981).

41- عبد الرحمان الغلاييني، القمر الصناعي العربي ودوره في دعم التعاون الإذاعي بين الدول العربية في مجال الأخبار والأحداث الجارية، (الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1984).

42- عبد الستار الحلوجي، دراسات في الكتب والمكتبات، (جدة: مكتبة مصباح، 1988).

43- عبد الفتاح رياض، آلة التصوير، الطبعة الثالثة، (القاهرة: مكتبة الأنجلو مصرية، 1966).

44- عبد العزيز الفتان، إدارة الصحف، (القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، 1974).

45- عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة: الصحافة اليومية، الجزء الأول، (بيروت: دار النجاح، 1972).

46- عدلي رضا وعاطف العبد، إدارة المؤسسات الإعلامية: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، (القاهرة: دار الفكر العربي، 2003).

47- عزي عبد الرحمان و(آخرون)، عالم الاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992).

48- على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، الطبعة الثانية، (القاهرة: عالم الكتب، 1978).

49- علي عزت بيغوفيتش، الإسلام بين الشرق والغرب، ترجمة محمد يوسف عدس، (بيروت: مؤسسة العلم الحديث، 1994).

50- علي محمد منصور، مبادئ الإدارة: أسس ومفاهيم، مجموعة النيل العربية، 1999).

51- غازي زين عوض الله، الأسس الفنية للمجلة، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1997).

52- فاطمة موسى، قاموس المسرح، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، د ت ن).

53- ماري وين، الأطفال والإدمان التلفزيوني، ترجمة عبد الفتاح صبحي، سلسلة عالم المعرفة (247)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، (الكويت: مطابع الوطن، 1999).

54- محمد أحمد النابلسي، الاتصال الإنساني وعلم النفس، (بيروت: دار النهضة العربية، 1991).

55- مدحت كاظم وأحمد نجيب، التربية المكتبية، (القاهرة: دار غريب، د.س.ن).

56- محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1994).

57- محمد عبد الرؤوف كامل، مقدمة في علم الإعلام والاتصال بالناس: مفهومه، نظرياته، تاريخه، نماذجه، أساليبه، وسائله، (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، 1995).

58- محمد عبد المنعم نور، المجتمع الإنساني، (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، 1970).

59- محمد فريد عزت، إدارة المؤسسات الإعلامية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1994).

60- محمد ماهر حمادة، الوثائق السياسية والإدارية العائدة للعصر الأموي، الطبعة الرابعة، (بيروت 21: دار النفائس، 1985).

61- محمد منير مرسي، المدرسة والتمدرس، (القاهرة: عالم الكتب، 1998).

62- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990).

63- محمود علم الدين وأميرة العباسي، إدارة الصحف واقتصادياتها، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2002.

64- محمود علم الدين وأميرة العباسي، إدارة المؤسسات الصحفية في الوطن العربي: المبادئ الأساسية وحالات تطبيقية، (القاهرة: د.دن، 2002).

65- محمود علم الدين ومحمد تيمور عبد الحسيب، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي، (القاهرة: د.د.ن، 2003).

66- محمود علم الدين، مدخل إلى الفن الصحفي، (القاهرة: د.د.ن، 2004).

67- مخلوف بوكروح، المسرح والجمهور: دراسة في سوسيولوجية المسرح الجزائري ومصادره، (الجزائر، د.د.ن).

68- مركز دراسات الوحدة العربية والمجمع العلمي العراقي، وحدة الثقافة العربية وصمودها بوجه التحديات: بحوث ومناقشات الندوة الفكرية التي نظمها المجمع العلمي العراقي بمشاركة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الطبعة الثانية، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1997).

69- مصطفى عشوي، أسس علم النفس الصناعي التنظيمي، (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1992).

70- ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993).

71- ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، (الجزائر:دار المحمدية العامة، 1999).

72- نبيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات: رؤية المستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة (265)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، (الكويت: مطابع الوطن، 2001).

73- نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، (القاهرة: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003).

74- نجيب سرور، حوار في المسرح، (القاهرة: مكتبة الأنجلو مضرية، 1969).

75- وليام ريفرز (وآخرون)، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث، ترجمة إبراهيم إمام، (القاهرة: دار المعرفة، 1975).

ثانيا – المجلات والدوريات:

1- **مجلة مسرحيون**، السنة الأولى، 2003. MASRAHEOON.COM

2-**مجلة العربي**، السنة السابعة و الثلاثون، العدد 428، يوليو 1994.

3- **الشروق اليومي**، (21 فيفري 2004).

4- **مجلة العربي**، يونيو 1995.

5- مجلة **النيل**، عدد 75، 2000.

6- **المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية**، العدد الأول، (شتاء 201-2002).

7- **مجلة عالم الكتاب**، العدد الثاني، القاهرة، 1984.

8- **المجلة الجزائرية للاتصال**، العدد 15 جانفي – جوان 1997.

9- **المجلة الجزائرية للعلوم الاقتصادية**، العدد1، 1992.

10- **مجلة السياسة الدولية**، العدد 123، يناير 1996.

ثالثا– المذكرات والرسائل الجامعية:

1- شطاح محمد، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري: **دراسة تحليلية وميدانية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004.

2- نسيمة مقبل، الأخبار الاجتماعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية: **مقاربة تحليلية ليوميتي الخبر والوطن من سنة 1991 إلى سنة 2000**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2002.

الوثائق والتقارير والندوات:

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطيـــة الشعبية، 02 يوليو 1986، السنة الثالثة والعشرون، العدد 27.

2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، 24 أفريل 1991، السنة الثامنة والعشرون، العدد 19.

3- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة السادسة والعشرون، العدد7 /15 فبراير 1989.

4- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، السنة السابعة والعشرون، 5 فبراير 1990.

مواقع على شبكة الانترنيت:

1- www.anep.com

2- www.aps.dz

3- www.e-kateb.net

4- www.masrah.com

رابعا – المراجع باللغة الأجنبية:

1- Agee, Warren., Ault, Phillip H. And Emery, Edwin, Introduction to Mass Communication, New York, Harper And Row Publishers, 8 th. Edition, 1985.

2- Alain le Diberder et Nathalie Coste, Ce Briser les chaînes : Introduction _ l'apres-Television, (Paris : La Découverte, 1988).

3- Alex Mucchielli, Communication interne etmanagement de crise ,(Paris:Ed. d'organisation,1993.

4- Becker, Samuel l., Discovering Mass Communication,

Illinois, Glenview: Scott Foresman and Company,1985.

5- Brahim Brahimi, Le Droit _ L'information _ L'épreuve du Parti Unique et de L'Etat D'urgence (Alger : Editions SAEC – Libert_2002).

6- Dany Serge et Frank Eskenazi, "Libération"(Paris : n 4,1986).

A. jacquot, Mchozas, Economie d'entreprise D.larue 7-(Paris:Les Editions hachette, 1988).

8- Harry Edward Neal, Communication from the stone Age to space Age, (New York: Julian Messner, INC, 1960).

9- Jean pierre Paul, Economie de la communication TV- Radio, (Paris : Presses Universitaires de France, 1991).

10- Monique Daguand, Programmer : Un art et une technique, (Paris : 1986).

11- Kemmeth A, Boleyn. am Educators Guide to communication satellite Technology (Andromeda Books. The publishing Division of mats (INC 1975).

الفهرس

الفصل الثالث
مؤسسات الاتصال الحديثة

الفصل الرابع
مؤسسات الاتصال غير الرسمية

الخاتمـــة

إن أبرز مسألة أردت إيضاحها من خلال هذا الكتاب هو النظر إلى وسائل الإعلام والاتصال كمؤسسات ذات بعدين: اقتصادي وثقافي، وهو ما يميزها عن باقي المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية الأخرى.

غير أن هذه الوسائل خضعت منذ ظهورها لتأثير عاملين هما:

العامل الاجتماعي؛ حيث تظهر المؤسسة الإعلامية أو الاتصالية استجابة لحاجة اجتماعية في مرحلة من المراحل التاريخية.

لكن ما لاحظناه أن أغلب الوسائل الإعلامية و الاتصالية التي تناولناها بالدراسة ذات منشأ غربي، مما جعل استفادة مجتمعاتنا منها ضعيفة ومتأخرة.

العامل التكنولوجي؛ فقد كان العامل التكنولوجي دائما يضيف إلى هذه المؤسسات بُعدا هاما يتمثل في الاستفادة من عاملي:

- الزيادة في السرعة، مما يعمم انتشار هذه الوسائل ورسائلها بسرعة.
- الانخفاض في التكلفة، الذي ينتج عنه امتلاك فئات اجتماعية واسعة لهذه الوسائط أو الاستفادة من خدماتها.

ولذلك فإننا كمجتمعات تنتمي إلى هذا العالم الفسيح الذي أصبح قرية كونية صغيرة مدعوون للمساهمة فعليا في تسيير حاجاتنا الاتصالية والإعلامية بشكل يجعلنا شركاء لا تابعين، نقوم باستهلاك مزدوج للوسائط والمضامين معا، دون الأخذ بزمام المبادرة.

الملاحق

قيم مؤشرات رأس المال المعرفي في بعض الدول العربية والعالمية حول العالم 2000:

البلد	عدد الصحف اليومية لكل ألف من السكان	عدد أجهزة المذياع لكل ألف من السكان	عدد أجهزة التلفاز لكل ألف من السكان	عدد الكتب المنشورة لكل مليون نسمة	عدد خطوط الهواتف الرئيسية لكل ألف من السكان	عدد مشتركي الهاتف المحمول لكل ألف من السكان	عدد حواسب الانترنيت لكل ألف من السكان
الجزائر	38	241	122	4.4	57	3	0.3
مصر	40	324	122	20.8	86	21	0.3
الأردن	58	287	52	5.1	92	58	0.1
المغرب	26	241	160	13	50	83	0.1
السعودية	57	321	262	186.2	137	64	0.2
سوريا	20	278	70	ـــــــ	103	02	0.3
تونس	31	223	198	132.6	90	06	0.3
الكويت	374	660	491	115.3	244	249	1.8
الصين	76.1	333	272	139.4	112	66	0.1
هونغ كونغ	792	684	431	166.1	583	809	34.3
الهند	ـــــــ	121	69	14	32	04	0.3
كوريا.ج	393	1033	346	652.8	464	567	8.5
اليابان	578	955	707	442.3	586	526	36.5
النرويج	588	915	579	1107.8	532	751	101.1
الو.م.أ	215	2146	847	240.7	700	398	295.2
فرنسا	22	13	8	27	11	23	21

المصدر: اليونسكو 2003- موقع اليونسكو على الانترنيت (www.unesco.org)

